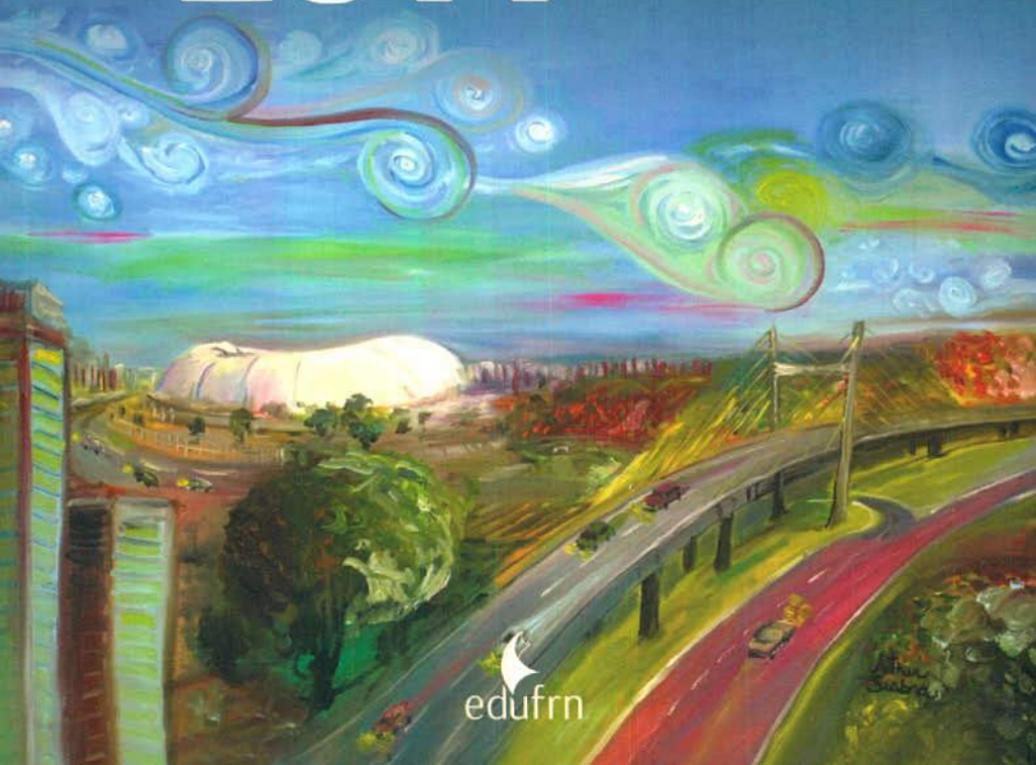


Allyson Carvalho de Araújo  
organizador

# COPA DO MUNDO 2014

debates sobre  
mídia e cultura



A grande midiaticização dos megaeventos esportivos tem demandado reflexões articuladas de várias disciplinas acadêmicas. Esta obra tem a intenção de colaborar com essa leitura articulada, apresentando textos que subsidiaram os debates dentro do Seminário Internacional em Megaeventos Esportivos (SIME), o qual teve como tema central das reflexões a "Visibilidade dos Impactos dos Megaeventos Esportivos: Mídia e cultura debatendo os legados da Copa do Mundo 2014". O evento foi realizado no período de 17 a 19 de novembro de 2014, nos espaços acadêmicos do Departamento de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, cujas temáticas expostas são apresentadas na presente coletânea de textos que compõem esta obra, produzidos por pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, bem como contando com a colaboração de convidados de outros países.

# **Copa do Mundo 2014**

debates sobre mídia e cultura



Reitora	Ângela Maria Paiva Cruz
Vice-Reitor	José Daniel Diniz Melo
Diretora da EDUFRN	Maria da Conceição Fraga
Diretor Adjunto da EDUFRN	Wilson Fernandes de Araújo Filho
Conselho Editorial	Maria da Conceição Fraga (Presidente) Ana Karla Pessoa Peixoto Bezerra Anna Emanuella Nelson dos S. C. da Rocha Anne Cristine da Silva Dantas Carla Giovana Cabral Edna Maria Rangel de Sá Eliane Marinho Soriano Fábio Resende de Araújo Francisco Wildson Confessor George Dantas de Azevedo Lia Rejane Mueller Bevilacqua Maria Aniolly Queiroz Maia Maria da Conceição F. B. S. Passeggi Maria de Fátima Garcia Maurício Roberto Campelo de Macedo Nedja Suelly Fernandes Paulo Ricardo Porfírio do Nascimento Paulo Roberto Medeiros de Azevedo Regina Simon da Silva Rosires Moqali Bezerra de Barros Tânia Maria de Araújo Lima Tarcísio Gomes Filho
Supervisão Editorial	Alva Medeiros da Costa
Supervisor Gráfico	Francisco Guilherme de Santana
Revisão	Caulé de Papiro Gráfica e Editora (Rousilene Gonçalves)
Capa	Rafael Campos e Arthur Seabra
Editoração Eletrônica	Caulé de Papiro Gráfica e Editora (84) 3218 4626

Obra financiada pelo Governo Federal – Ministério do Esporte, Por meio da Chamada Pública da Rede CEDES (Centro de Desenvolvimento de Esporte Recreativo e de Lazer). Obra avaliada por consultores ad hoc, a partir do edital de apoio à publicação de livros da EDUFRN (Edital 01/2014).

Allyson Carvalho de Araújo  
Organizador

# Copa do Mundo 2014

debates sobre mídia e cultura

Coleção Megaeventos Esportivos



Divisão de Serviços Técnicos  
Catalogação da publicação na Fonte. UFRN/Biblioteca Central Zila Mamede

---

Araújo, Allyson Carvalho de (Organizador).

Copa do mundo 2014: debates sobre mídia e cultura / Araújo, Allyson Carvalho de (Organizador).  
- Natal, RN: EDUFRN, 2015.

338 p.:

(Coleção Megaeventos Esportivos)

ISBN 978-85-425-0470-5

1. Futebol. 2. Copa do mundo (futebol) - Brasil. 3. Eventos esportivos. I. Araújo, Allyson Carvalho de. II. Título.

RN/UF/BCZM

CDD 796.334  
CDU 796.332

---

## Sumário

Apresentação.....	9
<i>Allyson Carvalho de Araújo</i>	

### Parte I

Considerações sobre futebol, cultura e a noção dos legados da Copa do Mundo.....	13
---	----

Esporte e cultura: relações possíveis?.....	15
<i>Antônio de Pádua dos Santos</i>	
<i>Maria Isabel Dantas</i>	

Mundial de Brasil 2014: una mirada extranjera de sus legados.....	47
<i>Joaquín Marín Montín</i>	

Legados da Copa, oportunidades perdidas: cultura democrá- tica inibida por uma mídia que prioriza o que é interessante, não o que é importante!.....	73
<i>João Roberto Liparotti</i>	

Um por todos, todos por um: a individualidade e o “futebol -arte” brasileiro analisados em três momentos da Copa do Mundo de 2014.....	115
<i>José Carlos Marques</i>	
<i>Nathaly Barbieri Marcondes Cesar</i>	

## Parte II

Impactos e legados da Copa do Mundo no Brasil.....145

Possíveis impactos e legados da Copa do Mundo 2014 no futebol profissional: o caso de Mato Grosso.....147

*Francisco Xavier Freire Rodrigues*

*Christiany Regina Fonseca*

*Olímpio Parreira de Vasconcelos*

*Francisca Janaina Freire Rodrigues*

Os novos estádios e arenas do futebol brasileiro, o padrão Fifa e o consumidor do esporte: o legado da Copa do Mundo 2014 e suas aproximações com o entretenimento.....181

*Ary José Rocco Júnior*

*Leandro Carlos Mazzei*

O efeito Arena das Dunas: uma análise da mobilidade urbana no entorno e sua potencialidade turística.....211

*Michel Jairo Vieira da Silva*

*Deise Cristina Gomes da Silva*

*Murilo Maxiano Melo Araújo*

Para além dos nossos olhos: o que há de periférico do debate sobre os legados dos megaeventos esportivos.....237

*Allyson Carvalho de Araújo*

Megaeventos esportivos e os legados sociais.....249

*Fábio Fonseca Figueiredo*

*Abelardo Monteiro Bezerra de Melo Neto*

*Anna Lidiane Oliveira Paiva*

### Parte III

Formas de comunicar em megaeventos esportivos: um olhar sobre a cidade e os afetos.....269

Batalhas, harmonia e controle: três visões sobre grandes eventos no Rio de Janeiro.....271

*Ricardo Ferreira Freitas*

*Thaís de Argolo Cardoso*

*Nathalia Siciliano da Silva*

Repercussões midiáticas e memória social: resíduos urbanos do megaevento esportivo Copa do Mundo 2014 em Natal....289

*Josimey Costa da Silva*

O amor nos tempos de Copa do Mundo: *fanfictions* com jogadores da seleção brasileira.....307

*Kênia Maia*

*Maria Clara Bezerra*

Sobre os autores.....329

## Apresentação

*Allyson Carvalho de Araújo*

A pauta esportiva está em destaque na agenda nacional brasileira. Se considerarmos os, já realizados, Jogos Pan e Parapan-Americanos em 2007, os Jogos Mundiais Militares em 2011 e a Copa das Confederações em 2013; além dos vindouros eventos da Copa do Mundo de futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos em 2016, é possível constatar que estamos vivendo um momento de efervescência da manifestação esportiva em nosso país.

Segundo Almeida, Mezzadri e Marchi Jr. (2009), em 10 anos o Brasil será palco de 07 grandes eventos esportivos, dos quais apenas dois deles são classificados pela comunidade acadêmica como megaeventos esportivos, a saber: a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos. O argumento básico dos autores é respaldado nos estudos de Roche (2001) que classifica os eventos esportivos a partir do seu alcance de mídia e mercado.

Ao observar os critérios de classificação dos eventos esportivos, inicia-se a percepção de que um megaevento esportivo tem extravasado sua repercussão para além do campo esportivo. Exatamente por essa razão que o conceito de megaevento mais referendado no âmbito das ciências humanas e sociais, compreende estes como

[...] eventos de larga escala cultural (incluindo comerciais e esportivos) que tem uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente

organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões “oficiais” da cultura pública (ROCHE apud ALMEIDA; MEZZADRI; MARCHI JR., 200, p. 179).

A grande midiaticização dos megaeventos esportivos tem demandado reflexões articuladas de várias disciplinas acadêmicas. A exemplo dessa nova demanda, Sanfelice, Myskiw e Barcelona (2004) apontam que se tornam cada vez mais próximas e necessárias as relações entre Educação Física/Esporte e Comunicação, inclusive insistindo no exercício interdisciplinar que colabora com os crescimentos das duas áreas.

Esta obra tem a intenção de colaborar com essa leitura articulada, apresentando textos que subsidiaram os debates dentro do Seminário Internacional em Megaeventos Esportivos (SIME), o qual teve como tema central das reflexões a “Visibilidade dos Impactos dos Megaeventos Esportivos: Mídia e cultura debatendo os legados da Copa do Mundo 2014”. O evento foi realizado no período de 17 a 19 de novembro de 2014, nos espaços acadêmicos do Departamento de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, cujas temáticas expostas são apresentadas na presente coletânea de textos que compõem esta obra, produzidos por pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, bem como contando com a colaboração de convidados de outros países.

A primeira parte deste livro é composta por textos que priorizam abordagens culturais sobre o esporte, especificamente o futebol, e leituras dos legados oportunizados pela Copa do Mundo 2014 no Brasil. A segunda parte traz análises específicas *sobre os legados e impactos da Copa do Mundo 2014, como focos regionais e/ou nos modelos padrões de excelência*, por exemplo. A terceira e última parte é constituída por textos que relacionam de forma mais explícita aspectos comunicacionais, notadamente a partir das relações de afetos na rede e da comunicação urbana.

Espera-se com esta obra colaborar com o debate que transversalize os megaeventos a partir da lente das ciências humanas e sociais. Nesse sentido, convidamos todos à leitura por apostar na necessidade de um olhar atento às consequências dos megaeventos esportivos em nosso país.

## Parte I

# Considerações sobre futebol, cultura e a noção dos legados da Copa do Mundo

## Esporte e cultura:

relações possíveis?

*Antônio de Pádua dos Santos*

*Maria Isabel Dantas*

Nossa intenção nesse texto é discutir o esporte e cultura e como esse se configura como bem cultural universal e tão presente nas sociedades contemporâneas. De início, iremos realizar de maneira breve o desenvolvimento do conceito de cultura, sintetizado em duas perspectivas teóricas (uma mais restrita e outra mais ampla). Tomaremos por base os argumentos apresentados pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2012), na obra “Noções sobre o conceito de cultura”, na qual poderemos perceber a importância do caráter de práxis da cultura e sua persistente ambiguidade, de criatividade e de regulação normativa. Na discussão dos conceitos antropológicos e sociológicos, autores como Eagleton (2005), Thompson (1995) se fazem importantes. No sentido de aprofundar a relação esporte e cultura e compreendê-lo como criação sócio histórica, dois autores serão importantes nessa discussão como Elias (1992) que mostra como o esporte sofre um processo de civilidade na longa história e Castoriadis (1982) para compreendermos como a criação sócio-histórica é fruto do imaginário radical com sentidos e significados.

Começaremos com as concepções sobre o termo cultura, gestadas a partir do século XVIII, momento em que começa a se

constituir um saber científico sobre o homem – contribuíram (e ainda contribuem) para a interiorização e a reprodução de atitudes preconceituosas com relação à diversidade cultural. Veremos ainda que a cultura é fruto de construção humana, social e histórica e não algo biológico, natural, sagrado ou imutável, estando, portanto, sujeita tanto a autoperpetuação como a transformação.

Por isso, o nosso objetivo é identificar nos discursos teóricos formulados sobre o conceito de cultura, os problemas que dificultam uma compreensão da cultura como prática humana sócio-histórica sujeita à autoperpetuação e processos de mudanças. Nessa compreensão, colocamos o esporte como uma criação cultural, que durante o “processo civilizador” foi constituído, modificado e resignificado no decorrer da história, não deixando de está inserido na vida social e cotidiana das pessoas na contemporaneidade.

## Noções sobre o conceito de cultura e a sua hierarquização

*A vida se expande ou se encolhe de acordo com a nossa coragem.*

Anaís Nin

Conforme entendimentos das ciências humanas e sociais, a cultura não é apenas um ornamento da existência humana, mas uma condição essencial para ela, sendo a principal base de sua especificidade. Assim não existe o que denominamos de natureza humana independente da cultura. Ao contrário, somos animais incompletos e inacabados e somente nos completamos e nos acabamos por meio da cultura, de formas diversas e singulares. Nesse sentido, a cultura é prática social (ou práxis), um processo de construção individual, social, histórica e de

caráter particular, arbitrária, convencional e mutável e não algo natural, biológico, divino, sagrado, imutável e intransformável.

Partindo do pressuposto que a cultura é importante para os seres humanos, pressupomos um esforço breve sobre o conceito de cultura. Do latim *colere* (ato de cultivar), o termo recebeu diversas significações ao longo de seu desenvolvimento histórico, sobretudo a partir do século XVI, quando ele perde seu sentido original, de cultivo ou cuidado de alguma coisa (ao domínio da agricultura e da biologia), para significar o cultivo da mente.

Com o intuito de explicar o homem e a diversidade cultural, foram criadas muitas explicações teóricas para o termo cultura, sintetizadas aqui em duas perspectivas: uma mais restrita, articulada principalmente por filósofos e historiadores alemães nos séculos XVIII e XIX, e outra mais ampla, a dos cientistas sociais, mais precisamente dos antropólogos. Segundo Bauman (2012) uma perspectiva pensa a cultura como conceito e a outra como estrutura. Apesar desse recorte temporal, o antropólogo americano Franz Boas (2004) nos lembra que no início do século XX já desenvolvia pesquisas e interesse pelo tema dos modos de vida e pela aparência dos habitantes de terras distantes, ou seja, a relação da cultura do homem antigo com a nossa civilização.

Nas explicações de filósofos e historiadores formuladas entre os séculos XVIII e XIX e denominadas por muitos autores como concepções clássicas de cultura, o termo cultura (*Cultur*, *kultur*) e/ou civilização (*Zivilisation*) é empregado para designar o conjunto das manifestações que são fruto do processo de desenvolvimento das faculdades humanas, da criação, da educação, do enobrecimento, da aprendizagem de trabalhos acadêmicos e artísticos e dos comportamentos da elite; mas também utilizado para descrever as histórias universais da humanidade (THOMPSON, 1995).

Muito embora os termos cultura e civilização tivessem o mesmo significado na língua inglesa, francesa e alemã, recorrentemente os alemães atribuíam conotação positiva a palavra *Kultur* e negativa a *Zivilisation*. A primeira referia-se a polidez e refinamento das maneiras, a vida política, econômica e técnica e a segunda aos produtos artísticos, espirituais ou imaginativos e intelectuais. Norbert Elías (1994) analisa esse contraste germânico e mostra que ele está associado a padrões de estratificação social. Torna-se culto por meio das artes e da ciência e civilizado por meio do refinamento, requintes e das boas maneiras.

Por ter sido fortemente associada ao conceito de civilização, no século XVIII, e associado a um ideal de elite, a percepção da cultura nessa perspectiva muitas vezes se confunde com noções de desenvolvimento, educação, bons costumes, etiqueta e comportamentos de elite. A confusão entre cultura e civilização foi comum, sobretudo, na França e na Inglaterra dos séculos XVIII e XIX, onde cultura se referia a um ideal de elite<sup>1</sup>. A esse respeito Eagleton (2005, p. 20) ressalta que “como ‘cultura’, a palavra ‘civilidade’ é em grande parte descritiva e em parte normativa: ela pode tanto designar neutralmente uma forma de vida (‘civilização inca’) como recomendar implicitamente uma forma de vida por sua humanidade, esclarecimento e refinamento”. Sem contar a conotação imperialista que o termo ganhou no final do século XIX.

Assim, o caráter restrito (e até hierárquico) da noção clássica de cultura é devido à ênfase no enobrecimento das faculdades intelectuais e descaso com os modos de vidas de outras sociedades diferentes das europeias e também por pensar o homem de forma dicotômica, como sendo dotado de corpo e de mente separados. Sobre isso Thompson (1995, p. 170) é enfático

---

1 Ela possibilitou o surgimento da dicotomia (e, eventualmente, hierarquização) entre “cultura erudita” e “cultura popular”, sendo a primeira avaliada de forma mais positiva do que a segunda.

ao alertar: “a concepção clássica privilegia alguns trabalhos e valores em relação a outros; trata esses trabalhos e valores como a maneira pela qual os indivíduos podem se tornar cultos, isto é, enobrecidos na mente e no espírito”.

Como sinônimo de “civilidade”, essas explicações enfatizam a concepção iluminista do caráter progressivo da era moderna e seu culto ao autodesenvolvimento secular, cujo modelo civilizador era o europeu. O projeto etnocêntrico de colonização das Américas foi orientado por essa ideia “evolucionista” de cultura que não permitia uma compreensão das características particulares de diferentes grupos, nações e períodos históricos. As populações autóctones do Novo Mundo foram analisadas pelos europeus como selvagem (isto é, seres das florestas) ou bárbaras e submetidas a processos civilizatórios para interiorizarem os valores e normas culturais do Velho Mundo. No Brasil, muitos dos discursos de civilidade foram integrados aos valores e práticas culturais das populações autóctones a partir da colonização. De selvagens essas populações passam no século XIX a chamarem-se primitivas, o ancestral do civilizado. Eagleton (2005, p. 24) parafraseando Herder, também critica essa noção hierárquica ao observar que a cultura “não significa uma narrativa grandiosa e unilinear da humanidade em seu todo, mas a diversidade de formas de vida específicas, cada uma com suas leis evolutivas próprias e peculiares”.

Mesmo ganhando um novo sentido a partir do final do século XIX, com o desenvolvimento da antropologia, o conceito de cultura gestado pelo pensamento iluminista, ainda está fortemente presente no imaginário das sociedades ocidentais e aparece em muitos usos do termo “cultura” que fazemos. Sem contar com a visão muito positiva que ainda atribuímos ao termo, seja em alguns contextos acadêmicos como entre o senso comum. Costumamos associar cultura a aquisição de conhecimento, a erudição e a educação, daí alguns grupos

sociais ou indivíduos serem tidos como portadores de mais ou de menos cultura.

## Noção de cultura como modo de vida ou como estrutura

*Aprendi que um homem só tem o direito de olhar outro de cima para baixo para ajudá-lo a levantar-se.*

*Gabriel García Marquez*

As concepções antropológicas são mais abrangentes e percebem a cultura de forma geral como sendo todas as manifestações humana que se diferem da natureza ou do comportamento natural ou biológico, sendo, portanto, feitos humanos, culturais e históricos, e de forma específica ou restrita como a variedade dessas manifestações culturais. A cultura, como um todo, compõe-se de grande número de culturas, cada uma das quais é característica de grupo de indivíduos.

Observe que na tentativa de elucidar os costumes, práticas e crenças de outras sociedades que não as europeias a antropologia moderna reconstrói o conceito de cultura e cria diversas concepções e usos sobre o termo. De forma geral, os autores debatem se este se refere mais corretamente a ideias (Boas, Malinowski, Linton), comportamentos (Kroeber) ou simbolização de comportamento, incluindo a cultura material (L. White). Não é pretensão aqui fazer uma discussão sobre os inúmeros usos e conceituações antropológicos sobre cultura<sup>2</sup>, mas, seguindo o recurso analítico elaborado por Thompson (1995, p. 171), sintetizar dois usos básicos do termo, a saber: as “concepções descritiva e simbólica”. Com isso sabemos do risco

---

2 Para saber mais sobre as diferentes concepções antropológicas sobre o termo cultura, consultar Roger Keesing em seu artigo “Theories of Culture”.

que corremos em menosprezar as semelhanças entre ambas<sup>3</sup>. A primeira concepção pode ser encontrada “nos escritos dos historiadores culturais do século XIX interessados na descrição etnográfica de sociedades não europeias”. Entre seus expoentes estão Gustav Klemm, Edward Tylor e Malinowski. A segunda tem como argumento central o postulado de que o uso da linguagem, ou melhor, de símbolos (ou a simbolização) é um traço distintivo da vida humana. Sobre a ênfase no caráter simbólico da vida humano Thompson (1995, p. 174) observa que “Os seres humanos não apenas produzem e recebem expressões linguísticas significativas, mas também conferem sentido a construções não linguísticas – ações, obras de arte, objetos materiais de diversos tipos”.

A definição genérica e “descritiva” formulada por Edward Tylor (1917), em seu livro *Primitive Culture*, sintetiza os termos cultura e civilização no vocábulo inglês *culture* que abrange num só termo todas as possibilidades de manifestações humanas. Para Tylor apud Thompson (1995, p. 173), “a cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes, ideias e valores, bem como artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade”. Assim como Gustav Klemm e Malinowski, ele está preocupado com a descrição etnográfica de sociedades não europeias, com o estudo das organizações dos sistemas sociais em detrimento dos comportamentos culturais dos indivíduos. O estudo da cultura envolve a comparação, a classificação e a análise científica desses fatores. Tylor mostra-se mais preocupado com a igualdade que há entre os homens do que com sua diversidade cultural: esta seria o resultado da desigualdade de estágios do processo evolutivo do ser humano, o que mostra a influência do evolucionismo em suas teorias. Assim, para ele,

---

3 Para um melhor aprofundamento dessa síntese sobre o conceito de cultura, leia o capítulo 3 (O conceito de cultura) da obra “Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa”, de John B. Thompson (1985).

é tarefa da Antropologia estabelecer uma escala de civilização, partindo das mais “evoluídas” (as europeias), até as mais “atrasadas” (as tribos selvagens). A tentativa de definir os vários estágios da cultura, esse pensamento defende que toda a cultura se desenvolveu a partir de um único tipo de evolução aplicável a toda a humanidade, de uma forma mais antiga a uma mais civilização mais elevada mesmo considerando as condições contextuais locais e históricas.

As críticas às ideias de Tylor advêm do fato delas deixarem de lado a noção de relativismo cultural: a unidade da espécie humana só pode ser entendida devido à diversidade de culturas, o que levaria ao entendimento da cultura como uma evolução multilinear. Contudo, é importante frisar que para ele a cultura é tudo aquilo que independe de uma transmissão genética, postulado reafirmado por Kroeber em 1917, na obra “O Superorgânico”. Com este o “anjo caído”, o homem, desceu do seu pedestal sobrenatural e foi integrado a natureza. Sendo assim, o aprendizado social desempenha um papel muito mais importante do que a transmissão genética na formação do ser humano.

Se a concepção clássica de cultura ganha terreno com a racionalidade do iluminismo, a concepção de cultura como modo de vida começa a ganhar espaço no século XIX com o desenvolvimento do colonialismo. Eagleton (2005, p. 43), critica o sentido romantizado desta “nova” discussão antropológica ao dizer que se o modo de vida em questão é, geralmente, o dos “incivilizados”, ela parece ser idêntica à concepção de cultura como civilidade que é o aposto de barbarismo (que representam os outros). Se na prática cultura são os outros, tomar seu próprio modo “de vida como cultura é arriscar a relativizá-la”. Daí porque foi preciso a versão romântica de cultura evoluir para “uma versão mais científica” (EAGLETON, 2005, p. 43).

Nesta perspectiva vamos perceber um desenvolvimento da ciência antropológica com a “concepção simbólica” de cultura

cuja ênfase será o caráter simbólico da vida humana. Esta concepção foi esboçada por L. A. White (A Ciência da Cultura) na década de 1940. Posteriormente, esse debate foi retomado por Clifford Geertz (1989), em sua obra “Interpretações das Culturas”.

Mesmo considerando as especificidades de abordagem teórica, o campo de estudo da cultura pode ser assim resumido em antropologia culturalista (americana), funcionalista (britânica) e estruturalista (francesa). A partir desses encaminhamentos vão surgir outras abordagens mais contemporâneas sobre a cultura. Como não é pretensão aqui um estudo aprofundado sobre cada uma dessas abordagens, vamos somente apresentar resumidamente o foco analítico de cada uma delas. De qualquer forma, é importante ressaltar que todas elas pensam a cultura como prática humana, social e histórica. Noutros termos para todas elas, cultura pode ser resumida como modos de vida particulares.

Para a antropologia culturalista, culturas são sistemas de comportamento socialmente transmitidos. Todos os fenômenos culturais são resultantes de acontecimentos sociais e históricos e que cada cultura deve ser compreendida em seu contexto social e geográfico no qual cada sujeito se situa, assim como também pelos meios que estes sujeitos desenvolvem sua cultura material. Tem preocupação com a diversidade das culturas, relativizando as condutas e os costumes de cada povo. “Cultura é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças (THOMPSON, 1995, p. 176).

Enquanto sistema simbólico de um grupo humano, a cultura só poderá ser apreendida por outro grupo por meio de interpretação e não por mera descrição. Na verdade a mobilização em torno da perspectiva multiculturalista arregimentou o movimento mais ampliado de “participação de grupos sociais de pressão, politizando a discussão sobre a cultura e a diversidade

cultural, e as medidas de organismos multilaterais, como o sistema ONU, através da UNESCO" (CAVALCANTI, 2008, p. 80).

A antropologia funcionalista (ou antropologia social) rompe com a visão evolucionista e vê a cultura como sistemas estruturais, de forma ampla, englobando tecnologias e relações ordenadas. Estuda as organizações dos sistemas sociais em detrimento do estudo dos comportamentos culturais dos indivíduos. Assim, as regras sociais, os rituais, as crenças são produtos da vida humana em sociedade que sintetizam uma multiplicidade de aspectos, ou melhor, uma totalidade. Os fenômenos são explicados em termos de suas funções.

A antropologia estruturalista percebe a cultura como sistemas simbólicos e por isso está mais preocupada com as estruturas universais – fruto de criação acumulativa da mente humana –, cujo trabalho tem sido encontrar na estruturação dos domínios culturais os princípios da mente que são responsáveis pelas elaborações culturais. O eixo de tudo é a bipolaridade natureza-cultura, tendo como campos privilegiados de sua concretização o mito, a arte, a língua e o parentesco.

Ao apresentarmos os pontos centrais dessas duas perspectivas sobre o conceito de cultura, perceberemos que elas não contemplam de forma geral o aspecto ambíguo da cultura, que reside tanto na sua capacidade de preservação dos valores estabelecidos dentro de uma determinada sociedade como suas possibilidades de mudanças do que está instituído, como observa Bauman (2012). Dependendo da abordagem, há uma ênfase para o aspecto da preservação da ordem estabelecida sem apresentarem uma preocupação com a liberdade dos sujeitos para refletirem sobre seus próprios valores culturais.

Por outro lado, não podemos desconsiderar que nas últimas décadas surgiram muitas abordagens teórico-metodológicas com o intuito de problematizar os determinismos exacerbados dessas correntes antropológicas sobre o entendimento da

cultura, e superar a oposição entre idealismo e materialismo, reconhecendo a dinâmica social, os contextos sociais e históricos nos quais os sujeitos estão inseridos. Contudo, a maioria delas também não tem problematizado as limitações que apresentam esses dois discursos para o entendimento da ambiguidade pertinente a cultura, que repetimos tanto, e que diz respeito à possibilidade de autopropetuação de valores como a invenção de novas formas de ser e de estar no mundo.

## Cultura como práxis

Nas últimas décadas, autores como Eagleton (2005) e Bauman (2012) têm problematizado a crise no conceito de cultura ao mostrarem as limitações desses discursos para a apreensão e compreensão das sociedades contemporâneas em toda sua diversidade e liberdade de escolhas. Nessa perspectiva, na introdução da obra “Ensaio sobre o conceito de cultura” Bauman (2012) nos apresenta com uma análise crítica sobre a noção de cultura que vale a pena considerar e mostra que uma ideia compósita de cultura dá conta de percebermos a ambiguidade que lhe é inerente.

As noções formuladas sobre cultura nesses dois discursos não dão conta de perceber a dinâmica e as próprias contradições e ambiguidades da construção da ordem social; esta não é fixa e regulada conforme o pensamento formulado por muitos autores. Perceba o que diz o autor: esses discursos comportam todas as marcas do impulso dos filósofos para amenizar no pensamento a contrariedade da vida (a ambivalência inerente mesmo à ideia de cultura, de invenção e restrição), de menos metodológico ou analítico do lógico. Bauman continua argumentando, ao dizer que “As contradições repercutem como paradoxos: espinhos na carne da filosofia – esse projeto hercúleo de reconstruir o mundo confuso da experiência humana segundo o padrão de elegância e harmonia encontrado apenas na serena regularidade do pensamento” (BAUMAN, 2012, p. 21-3). A crítica ao percurso

histórico, filosófico e social do uso do conceito é dirigida, sobretudo, para a aplicação dos dois discursos separadamente.

Bauman (2012) assinala que a cultura precisa ser percebida em seu caráter ambíguo e de práxis. Para formular essa sua afirmação, ele faz um retrospecto sobre a noção de cultura e mostra que para ela ser empregada precisa ser avaliada como “conceito”, como “estrutura” e como “práxis”. Para ele, estas são formulações indissociáveis. Descontente com a aplicação dessas duas perspectivas de forma separadas, ele propõe que percebamos a cultura como práxis, ou melhor, como consciência da sociedade moderna.

A ideia de cultura é uma invenção histórica que não considerou a “ambivalência central do conceito de ‘cultura’ que reflete a ambiguidade da ideia de construção da ordem, esse ponto focal de toda a existência” (BAUMAN, 2012, p. 18). Como o autor entende que a ordem social é uma construção humana reflexiva, ele defende que qualquer abordagem teórica que pretenda explicá-la, precisa considerar simultaneamente as possibilidades de preservação e de inovação (criatividade) da vida. Nesse sentido ele ressalta que “a ordem construída pelo homem é inimaginável sem a liberdade de escolher, a capacidade de se erguer acima da realidade pela imaginação, de suportar e devolver suas pressões”. Como ele mesmo observa, a ordem é contrária da aleatoriedade, sendo, portanto, o estreitamento do leque de possibilidades. A construção da ordem implica na manipulação dos eventos. “Se o que se deve ordenar é um conjunto de seres humanos, a tarefa consiste em incrementar a probabilidade de certos padrões de comportamento, ao mesmo tempo em que se restringe, ou se elimina totalmente, a possibilidade de outros tipos de conduta” (BAUMAN, 2012, p. 19). Veja que aqui ele está querendo dizer que os discursos teóricos sobre a cultura, principalmente aqueles elaborados pela antropologia, terminaram por desconsiderar em suas análises determinadas condutas sociais, sobretudo, aquelas que

rompem com os valores e normas estabelecidas ao entenderem cultura como sistemas simbólicos coerentes e estruturados, nos quais os sujeitos estão integrados. Lembramos ainda que ordem é contrária de aleatoriedade e significa o cerceamento de possibilidade de escolhas.

Ao defender a ideia compósita de cultura, Bauman (2012) lamenta que os autores que formularam suas teses sobre a noção de cultura, a partir do século XIX, não tenham considerado o caráter ambíguo e simultâneo da cultura – entre criatividade e regulação normativa – que já estava colocado nas explicações que entraram em uso no final do século XVIII. Ele é enfático ao dizer que as duas ideias devem estar presentes na discussão da cultura, “que significa tanto inventar quanto preservar; descontinuidade e prosseguimento; novidade e tradição; rotina e quebra de padrões; seguir as normas e transcendê-las; ímpar e o regular; a mudança e a monotonia da reprodução, o inesperado e o previsível” (BAUMAN, 2012, p. 18).

Segundo Bauman (2012, p. 22), embora esses dois discursos tenham se originado do mesmo tronco, eles se apresentam de forma praticamente inconciliáveis. O discurso clássico produziu uma ideia de cultura como “atividade do espírito que vaga livremente, o lócus da criatividade, da invenção, da autocrítica e da autotranscendência”. O antropológico “apresentou a cultura como instrumento de rotinização e da continuidade – uma serva da ordem social” (Idem, p. 22). Como noções opostas de cultura, uma negava o que a outra proclamava, uma defendia a ordem e o outro a desordem.

Veja que muitos de nós, inclusive os gestores públicos e privados responsáveis pela “cultura”, ainda pensam cultura como os autores clássicos. Como vimos, para o discurso clássico a noção de cultura está associada “a capacidade de resistir à norma e de se elevar acima do comum – *poiesis*, arte, criação *ab nihilo* à semelhança de Deus” (BAUMAN, 2012, p. 22). Os criadores de cultura eram vistos (pelos clássicos e, muitas vezes, por nós)

como aqueles mais ousados e menos submissos e conformistas que tinham coragem de romper com as formas estabelecidas socialmente e propor novos caminhos, novas trilhas. Nesse sentido, era possível possuir ou não cultura, estando esta restrita a uma minoria. O acesso aos bens culturais tangíveis da alta cultura dava-se sobre forma de presente, como a apreciação e/ou aquisição de obras de arte, mas não tornava os apreciadores seres mais criativos; estes continuariam meros espectadores, ouvintes e leitores. “Mas, ao ganhar de forma oblíqua uma compreensão do mundo arcano da alta cultura, os membros da maioria não criativa se tornariam, não obstante, ‘pessoas melhores’ – passando por um processo de elevação, intensificação e enobrecimento espirituais” (BAUMAN, 2012, p. 22-3).

Enquanto existem pessoas que pensam a cultura tomando por base o pensamento dos autores clássicos, outros a percebem numa perspectiva mais antropológica. Relembrando: o produto do segundo discurso foi uma acepção de cultura gestada e aplicada na antropologia ortodoxa, em que a cultura correspondia à regularidade e padrão, sendo a liberdade e criatividade dos sujeitos vista como “desvio” e “ruptura de normas estabelecidas. A cultura era então “um sistema coerente de pressões apoiadas por sanções, valores e normas interiorizadas, e hábitos que asseguravam a repetitividade (e, portanto previsibilidade) da conduta no plano individual e a monotonia da reprodução, da continuidade no decorrer do tempo, da ‘preservação da tradição’” [...]” (BAUMAN, 2012, p. 23).

O segundo discurso (o antropológico) prevaleceu por longo período nas ciências sociais sem que a dimensão ambiguidade (criatividade/invenção e repetição/rotinização) tenha sido problematizada. Simmel (apud BAUMAN, 2012), na segunda metade do século XX, alertava para uma teorização da cultura que superasse o paradoxo entre criatividade e rotinização, ao dizer que ela é criada pelo encontro desses dois elementos. Ela tanto está sujeita a sedimentações como erupções. Mesmo

sem ter dado continuidade a esses propósitos, o certo é que Simmel anteviu o alerta feito posteriormente por Bauman. Outros autores como Ulrich Beck, em *sociedade de risco*, Cornelius Castoriadis (1982) na formulação de conceito de *imaginação radical* também Anthony Giddens em *incerteza fabricada* também têm se ocupado disso. A propósito disso Giddens (2005, p. 40), ao falar das subculturas<sup>4</sup> e contraculturas<sup>5</sup> afirma que “a cultura tem um papel importante em perpetuar os valores e as normas de uma sociedade, mas também oferece oportunidades importantes para a criatividade e a mudança”.

Apesar de não pretendermos desenvolver aqui a ideia de cultura de Eagleton (2005), vale salientar alguns pontos levantados por ele a respeito das limitações dos referidos discursos. Para ele, enquanto o sentido de cultura como civilidade é problemático e rigorosamente discriminatório, o de modo ou forma de vida é amplo e restrito (bom e ruim, pior e melhor), mas não discriminatório. Por outro lado, como modo de vida, o conceito passa de rarefeito para flácido, pois deixa de fora muito pouco. Mesmo considerando a amplitude deste último conceito, ele reforça o caráter plural das sociedades ao dizer que há diferentes culturas, cada uma das quais dá feição a uma forma distinta de individualidade. Para o autor, o problema é como elas podem se comunicar entre si. Mas pertencer a uma cultura significa apenas ser parte de um contexto que é inerentemente ilimitado e aberto. Daí o caráter processual e incompleto da cultura e dos seres humanos de não serem acabados, prontos, mas de um *vir-a-ser*. Sobre a indeterminação da cultura e sua condição de práxis, é importante registrar que o ser humano é reflexivo e não somente controlado pela cultura, mas aberto a ininterruptas substituições de imagens

---

4 Termo usado para designar grupos que têm padrões culturais diferentes do restante da população.

5 Grupos que rejeitam em grande parte os valores e as normas hegemônicas de uma determinada sociedade.

e sentidos que são construídos de acordo com as experiências vividas por eles nas diversas dimensões e experiências sociais (CASTORIADIS, 1982).

Assim é importante entender as inquietações formuladas por Bauman quanto ao paradoxo da cultura, formulado pelas ciências sociais, para entendermos a cultura como *práxis humana e não como um projeto teórico como fizeram grande parte dos autores que criaram explicações sobre o termo*. “Pela cultura, o homem se encontra num estado de revolta constante, no qual, como diria Albert Camus, ao mesmo tempo realiza e cria seus próprios valores, sendo a revolta não uma invenção intelectual, mas uma experiência e uma ação humana” (BAUMAN, 2012, p. 302).

É interessante registrar que os dois discursos sobre cultura foram (e continuam sendo) interiorizados pelo senso comum, por pensadores modernos e contemporâneos, por profissionais da educação, dentre outros. Quando orientados por uma das noções de cultura discutidas ao longo do texto, esses sujeitos terminam atribuindo cultura, sobretudo, a parcela mais criativa da população que tem (ou teve) uma educação sistemática e que produz bens culturais avaliados positivamente, a chamada cultura elitizada, intelectualizada. Noutra lado estão os chamados detentores de culturas populares que detêm algum conhecimento tradicional que precisa ser preservado (às vezes, engessados) a qualquer custo.

Os folcloristas desempenham um papel muito importante para o “reconhecimento” de práticas culturais populares. Contudo, observa Cavalcanti (2008, p. 85) que eles “costumam perceber as culturas populares de forma inerte e engessadas em pequenos guetos isolados do resto do mundo”. Estando orientados por essa perspectiva alguns desses “intelectuais *reclamam os diálogos entre as culturais humanas em prol da preservação de determinadas ‘tradições populares’, e que já não remetem apenas às formas fossilizadas ou inertes de*

produtores quase sempre passivos e desmobilizados”. Para muitos folcloristas e outros estudiosos da cultura, muitos dos novos valores e práticas sequer são tidos como culturais, um entrave para a discussão e consolidação da diversidade cultural.

## Esporte e cultura: algumas considerações

Diante da discussão realizada anteriormente a respeito do conceito de cultura e suas diversas formas de compreendê-las, resta-nos, nesse momento, saber qual o lugar que o esporte ocupa diante do que foi discutido.

Para aprofundar essa compreensão, o conceito de imaginário radical de Castoriadis (1982) se fará presente, para quem o imaginário tem a capacidade de construir o sentido, construção jamais acabada, pois o ser não está concluído em si mesmo, mas aberto a ininterruptas substituições de imagens e sentidos. Além disso, é esse imaginário que possibilita criarem-se novas formas, inclusive de vida, isso porque o princípio da indeterminação está sempre presente na sociedade e na vida dos sujeitos, constituindo-se em processo de alteridade sem limite.

Compreendemos que o sistema de significações contido no imaginário radical configura o mundo social e possibilita a compreensão das escolhas sociais, permeadas pela coerção do real e do racional e afetadas por uma rede simbólica implicada em uma continuidade histórica. É isso que podemos identificar no esporte.

Segundo Castoriadis (1982), se não existisse a possibilidade de se potencializar o imaginário radical, a sociedade – o ser humano – estaria fadada a viver na repetição, fazer sempre do mesmo jeito, reduzida à ontologia da determinação, da coisa dada. Dessa forma, o sócio-histórico estaria reduzido a uma predefinição pautada na essência, nas leis naturais, nas regularidades, restringindo-se a ação humana a apreender e

compreender as leis inerentes à natureza, com a finalidade de aplicá-las o mais corretamente possível.

O ser humano não é fruto apenas de uma evolução programada, movido por estruturas fixas e determinadas, mas também de ações indeterminadas e de autonomia, possibilitadas pelo imaginário radical, a partir dos condicionamentos sócios históricos, sempre fluxo de *autoalteração*, mesmo que não seja total.

Se os indivíduos fossem transformados somente em fragmentos da sociedade instituída, passariam a viver e a pensar na conformidade e na repetição – muitas vezes, de forma bastante rígida –, ficando à margem da atividade instituinte da sociedade e alimentando-se apenas do imaginário instituído, incapazes de interrogar o fundamento de suas crenças e das leis que os regem.

Nesse sentido, podemos compreender que o esporte é uma fonte cercada de símbolos construídos e significado sócio-historicamente, firmando-se como uma referência significativa no estilo de vida das pessoas – seja através da construção de novos equipamentos, de vestimentas, de gestualidades – e influenciando os discursos e a aparência das diferentes camadas sociais, pois todas as instituições sociais, inclusive ele, “[...] são impossíveis fora de um simbólico em segundo grau e constituem cada qual sua rede simbólica” (CASTORIADIS, 1982, p. 142).

Mas isso não quer dizer que as instituições se reduzam ao simbólico, pois o que existe é uma relação intrínseca entre simbólico e imaginário. Segundo Castoriadis (1982, p. 154), o imaginário, para se exprimir e existir, utiliza o simbólico; este, de maneira inversa, “[...] pressupõe a capacidade imaginária de ver em uma coisa o que ela não é, de vê-la diferente do que é. Como exemplo, podemos citar os delírios mais elaborados e as fantasias feitas de imagens, que, como expressões do imaginário, utilizam o simbólico para existir”.

Mas não podemos deixar de registrar que, no interior das práticas esportivas, exista um significado social direcionado para atender ao consumo de bens úteis como saúde e prazer, a dimensão subjetiva de valores, de relações sociais entre os praticantes, ao reconhecimento de potencialidades próprias, aos desejos de sentir-se, em algum momento, o grande protagonista de uma ação inusitada, reforçada pelos êxitos ou pelos limites que essa ação representa.

Acoplam-se a tudo isso os estilos de vida, a aparência do vigor físico, as imagens de força e de agressividade, o gosto pelo esporte. São essas imagens que integram, de alguma maneira, as práticas esportivas, na contemporaneidade, incorporadas ao cotidiano das pessoas. O esporte, desse modo, pode estar configurado como parte do *processo civilizatório*, integrado na cultura urbana, diante do discurso da civilidade, da sociabilidade e do bem-estar dos homens consigo mesmos e com os outros.

Basta-nos observar os grandes eventos esportivos que acontecem em todos os cantos do mundo. Entre eles, citamos as corridas de rua, em especial, as maratonas que fazem parte do circuito mundial, entre elas, a de Berlim, Nova York e Londres. No Brasil, a corrida de São Silvestre realizada no último dia de cada ano, coloca-se entre as grandes corridas de rua notoriamente reconhecida. Também os campeonatos de futebol no Brasil e na Europa, o Basquete, o Futebol Americano nos Estados Unidos da América, entre outras ligas esportivas espalhadas por outros países.

O Brasil nos últimos anos vem realizando grandes eventos estes sendo considerados “mega eventos”, como o Pan Americano em 2007 no Rio de Janeiro, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos a ser realizados em 2016. O país entra de vez no caminho das grandes realizações esportivas.

Por isso, as reflexões que trazemos a respeito do esporte e da cultura são no sentido de compreendê-los, não mais como

fenômenos sociais fixos, determinados, mas sim, construídos pelo imaginário radical, nos possibilitando compreender que o ser humano está sempre transcendendo o natural, o imediato, o determinismo, com sua capacidade de atribuir sentido e significados às coisas.

Os sentidos são construídos de acordo com as experiências vividas pelos seres humanos inseridos nas diversas dimensões sociais, e sua construção não escapa à comunicação intersubjetiva, na qual um fundo cultural vai sendo construído, abrindo novos modos de buscas, dando consistência ao homem e a sua capacidade de criar, compreender, comportar-se, através da sua vivência e de suas experiências corporais, construindo um mundo próprio, um *para si*.

Esse *para si* da sociedade não é jamais um mundo efêmero do sujeito, um dado lugar, um território qualquer, de maneira aleatória. Inversamente, o pertencer a essa sociedade criada tem significado para os sujeitos que nela vivem, porque eles participam das significações imaginárias sociais, dos valores por ela concedidos, de suas normas, seus mitos etc. No plano social, as novas constituições e as novas maneiras de viver ultrapassam o ato de descobrir. O essencial da criação não é simplesmente a descoberta, mas sim o constituir algo novo.

Castoriadis (1999, p. 101) afirma ser o imaginário radical capaz de introduzir o novo, o inédito, a posição de novos sistemas de significados e significantes. É nesse sentido que a imaginação é a capacidade de fazer surgir algo que não é o *real*, é, portanto, “toda a criação de um mundo *para si* do sujeito. A imaginação já é desdobramento de um espaço e um tempo”. E “cada um de nós possui seu espaço e tempo próprios”, ou seja, um *para si*. A partir do *para si* é que poderemos falar da imaginação radical, que, no ser humano é singular e instituinte, possibilitando criar-se um espaço comum, coletivo e social.

Para Castoriadis (1987, p. 239), a primeira criação do imaginário é a própria sociedade, cuja unidade é provida por “[...] um tecido imensamente complexo de *significações* que impregnam, orientam e dirigem toda a vida dessa sociedade e todos os indivíduos concretos que corporalmente a constituem”. Ao criar a sociedade, o ser humano a institui, instituindo as figuras que a compõem e que dotam a práxis humana de todo o seu significado. O conceito de imaginário está relacionado à ideia da criação, da emergência do novo, da novidade radical, que, produzida pelo homem, marca a instituição sempre singular de cada sociedade.

Diante dessa formulação, podemos compreender que o ser humano não nasce pronto nem segue uma lógica determinada do *dever ser*; ele é sempre um projeto em construção, um *vir-a-ser*, uma possibilidade. Por ser uma possibilidade é que ele irá constituir-se como o que emergirá do imaginário radical e instituinte. A imaginação radical é que irá permitir ao ser humano criar suas instituições e significá-las a sua maneira, fazendo e refazendo suas histórias sociais, suas experiências, ao mesmo tempo em que se relaciona com o mundo, com os outros e consigo mesmo. Colocamos nessa construção imaginária o esporte com suas diversas significações construído ao longo da história.

Por isso é que a imaginação é aquilo que nos permite criar um mundo; ou seja, apresentando-nos alguma coisa sobre a qual, sem a imaginação, não saberíamos nada, não poderíamos nada dizer. Não se trata de qualquer criação, mas sim da criação *ex nihilo*, o fazer-se de uma forma que não estava lá, a criação de novas formas de ser. O sentido da criação não é só a descoberta, mas o constituir algo de novo, por isso, no plano social, “[...] a emergência de novas instituições e de novas maneiras de viver, também não é uma ‘descoberta’, é uma constituição ativa” (CASTORIADIS, 1982, p. 162). Assim, compreendemos que o esporte, é uma criação imaginária dos seres humanos por

eles significada e que em algum momento, faz parte do viver de cada um.

Na compreensão de Castoriadis (1992, p. 55), o mundo social-histórico é constituído, ao mesmo tempo, de interesses e manifestações funcionais, racionais e simbólico-imaginárias. É um “[...] mundo de sentidos – de significações –, e de sentido *efetivo*, mundo que não pode ser pensado como uma simples ‘idealidade visada’”, que precisa ser apoiado por *formas instituídas*. Consequentemente, sua vivência, sua compreensão e sua interpretação concretas precisam dar-se dentro de uma rede simbólica em que racionalidade e imaginação estão totalmente imbricadas.

Contudo, o conjunto dessas significações não pode ser delimitado pela racionalidade, uma vez que há uma potência de criação no imaginário, que lhe permite criar um mundo *para si*, o qual não pode ser analisado apenas pelo modo determinado de ser de uma sociedade. Ora, uma interpretação determinista não esgota todas as possibilidades racionais e imaginárias da práxis humana. Esta é um *vir-a-ser* e não se restringe a reproduzir o já existente para aplicá-lo corretamente, mas a criar a novidade sócio-histórica.

Nessa visão sócio-histórica, outra fonte nos auxilia a pensar o esporte. Elias (1992, p. 42) quando coloca que os esportes como vimos na contemporaneidade é oriundo da “[...] transição dos passatempos a desportos, a ‘desportivização’, [...] ocorrida na sociedade inglesa, e a exportação de alguns em escala global”. Podemos citar como exemplo o futebol, as corridas e o boxe.

O Esporte que, a partir do século XVIII ganha estatus de não violência se comparado a momentos anteriores a essa data. Ganha espaço e determina modelos civilizatórios quando é retirado dos espaços públicos para os privados, diga-se para o interior das escolas já no século XVIII. Se nos espaços públicos era praticado com violência, nos espaços privados ele passa a ser

constituente “[...] de uma parte integrante da pacificação levada a cabo pelas classes mais altas burguesas” (ELIAS, 1992, p. 55).

Os manuais de etiqueta passaram então a exercer grande influência sobre o comportamento das pessoas, imprimindo sobre o corpo, sobre o social e sobre a expressão das emoções “[...] uma forma e padrão que não eram um começo, que não podiam em sentido absoluto e indiferenciado ser designados de ‘incivil’, para o nosso, que denotamos com a palavra civilizado” (ELIAS, 1994, p. 73). Dessa maneira, a civilização, como estamos acostumados a entendê-la, parece chegar até nós pronta e acabada, sem ao menos termos percebido que isso está acontecendo, através de um longo processo no qual, de uma ou de outra maneira, estamos envolvidos.

Segundo Elias (1994, p. 90), a busca por se tornar cortês, dentro dos padrões definidos pela *civilité*, obriga o sujeito a observar os outros, mas também a ser observado pelos outros. O olhar em volta entra em voga, anunciando uma nova modalidade de relação entre um sujeito e outro, carregando uma “[...] nova forma de integração”. A sociedade da corte influencia esse tipo de comportamento, passando a ser o cerne da sociedade europeia. Influencia as classes médias, que, com a vigilância dos indivíduos, de uns sobre os outros, passam a sentir vergonha de posturas não civilizadas e a embaraçar-se com elas.

Esse momento é importante por demarcar a substituição dos conceitos de cortesia e civilidade pelo de civilização. A cortesia, que teve seu apogeu nas cortes dos grandes senhores feudais, na Idade Média, cede seu sentido original à corte, embora seu uso permaneça nos círculos burgueses dessa mesma época.

Se por volta dos séculos XVI e XVII, motivado pela queda, mesmo lenta, da nobreza guerreira, forma-se uma nova classe superior, acentuando a valorização do bom comportamento, exatamente porque essa nova classe “[...] expõe cada indivíduo de seus membros, em uma extensão sem precedentes, às pressões

dos demais e do controle social” (ELIAS, 1994, p. 91). Essa nova maneira de viver em sociedade faz com que as pessoas fiquem mais sensíveis à opressão das outras. Cria-se um código que proíbe ofender o outro, mesmo que de maneira sutil, mais “[...] estrito, em comparação com a fase precedente. [...] O controle social, no entanto, torna-se mais imperativo. E, acima de tudo, lentamente muda a natureza e o mecanismo do controle das emoções” (ELIAS, 1994, p. 91 e 93).

O que se observa nesse processo de controle das emoções e também dos sentimentos que nasce no seio das classes altas é que ele passa a ser disseminado e difundido na sociedade como um todo. Fazia-se necessário promover a delicadeza, que só era peculiar a um pequeno grupo de pessoas enclausuradas nas cortes. O modelo de uma dada classe social tida como *superior* passou a determinar os modos de comportamento das outras classes, inclusive forçando-as a aceitá-los, a assimilá-los e a difundi-los, pressupondo-se uma situação social e uma estrutura social como um todo. O que começou com a mudança de comportamento à mesa passa a transformar sentimentos e atitudes humanas.

Essa compreensão de civilidade é importante para podermos entender que a cultura é pertinente a cada momento específico e que sofre mudanças no percurso histórico. O esporte como um bem cultural também sofreu mudanças durante o seu percurso social e histórico. Passa por diversos sentidos e significados. Na contemporaneidade, o conceito de civilidade, talvez possa está sendo colocado em dúvida, pelas diversas cenas de violências que acompanhamos em determinados esportes, entre eles o futebol, com atos violentos entre os que participam de uma eventual partida, os jogadores, extrapolando as regras de civilidade e por outro lado, os que assistem a essas partidas, os torcedores que após o término de algumas dessas partidas se confrontam em batalhas campais, violentas, fora dos estádios de futebol.

Atos violentos que se diferenciam do observado no processo civilizatório, no qual esse tipo de comportamento é considerado hostil, vergonhoso e ofensivo. Segundo Elias (1994, p. 91), a partir daí as pessoas são:

[...] as pessoas tornam-se mais sensíveis às pressões das outras.  
[...] O senso do que fazer e não fazer para não ofender ou chocar torna-se mais sutil e, em conjunto com as novas relações de poder, o imperativo social de não ofender os semelhantes torna-se mais restrito, em comparação com a fase precedente.

Na verdade, isso não foi uma ideia concebida por pessoas isoladas nem dotadas de tal perspectiva em longo prazo. O que se pode colocar como evidente é que

O processo civilizador nada mais é do que o problema geral de mudanças históricas. Tomada como um todo, essa mudança não foi 'racionalmente' planejada, mas tão pouco se reduziu ao aparecimento e desaparecimento aleatórios de modelos desordenados (ELIAS, 1993, p. 194).

Faz-se importante compreender como partes da dinâmica social relacionadas aos planos e ações, aos impulsos emocionais e racionais de pessoas isoladas se entrelaçam de modo amistoso ou hostil, resultando num tecido básico que nenhuma pessoa isolada criou ou planejou. O que surge da interdependência entre essas pessoas isoladas é uma ordem *sui generis*, mais irresistível e mais forte do que a vontade e a razão que as compõem, sendo "Essa ordem de impulsos e anelos humanos entrelaçados, essa ordem social, que determina o curso da mudança histórica, e que subjaz ao processo civilizador" (ELIAS, 1993, p. 194). Essa ordem não segue o curso da racionalidade, tampouco da irracionalidade, o que descarta a possibilidade de a realidade ser construída de acordo com aparatos conceituais os quais gostaríamos que nos orientassem a meios e lugares desconhecidos.

Segundo Elias (1993, p. 195), desde os períodos mais remotos da história da humanidade, as funções sociais, sob a "[...] pressão da competição, tornam-se cada vez mais diferenciadas"

e, como consequência, cresce o número de funções e de pessoas das quais os indivíduos tornam-se cada vez mais dependentes em suas ações, desde as mais simples às mais complexas e raras. À medida que essa rede de ações cresce, ela tende a compelir o indivíduo a se organizar de maneira mais rigorosa e precisa, no sentido de que toda ação individual desempenhe uma função social cada vez mais regulada, uniforme e estável.

Uniformidade que não se reflete quando falamos de cultura. Essa, segundo Bauman (2012) não se encaixa como fixa e rígida ou como coloca Castoriadis quando traz o conceito de imaginário radical para pensar o social, o ser humano e a seu poder de criar novas formas de ser e que se concretiza no social. Se em algum momento o esporte foi tão importante para a “civilidade”, Não temos dúvida que ele sofreu mudanças de sentidos, em alguns momentos voltando a ser “incivilizado”.

Apesar de todo esse aparato de controle imposto pela sociedade, Elias e Dunning (1992, p. 125) observam que ela segue com a tendência para experimentação de fortes emoções, mesmo que sejam de caráter não duradouro, mimético (o termo não está sendo utilizado em seu sentido literal, de imitativo). De certa maneira, na teoria elisiana o termo *mimético* é usado num sentido específico, podendo ser aplicado em referência à “[...] relação entre os sentimentos miméticos e as situações sérias específicas da vida”. O que pode ocorrer em situações sérias da vida é que os indivíduos venham a perder o controle e se tornem um perigo para si mesmos ou para os outros ao seu redor. Na excitação mimética, essas coisas podem não acontecer, porque ela segue numa perspectiva social e individual, desprovida de perigo, e pode ter um efeito catártico, possibilitando aos indivíduos experimentarem a explosão de emoções em público, um tipo de excitação que não coloca em risco a ordem social determinada, diferentemente do que ocorre nas situações sérias da vida.

Por isso a excitação que as pessoas buscam no lazer pode ser interpretada como única. Em geral, ela acontece de maneira agradável, encontrando-se nas sociedades contemporâneas vários fatores que podem levar à excitação, entre eles o esporte.

Mesmo o esporte contemporâneo sendo configurado por essas regras e normas para que apareça como uma prática social aceitável, ele também se estabelece como um modo de se descarregar as tensões, os sentimentos gerados no dia a dia, empurrando os indivíduos para o autocontrole. Na contemporaneidade, o indivíduo tem certa tendência para refrear seus impulsos de excitação. Mesmo assim, existem espaços nos quais ela pode ser exercida. Não é mais o encontro religioso que proporciona o relaxamento, a excitação; no lazer, o relaxamento está noutros espaços, noutras experiências, experimentando-se outros tipos de emoções, novos tipos de excitação. Esse espaço criado e significado permanecem no esporte tanto para os que praticam como para os que assistem.

Parece-nos evidente que as atividades de lazer – sejam elas de caráter individual ou coletivo – desenvolvidas nas sociedades ditas complexas e civilizadas como a nossa tenham passado por uma evolução no modo de ser, para poder dar conta das novas formas de vida, para atender às necessidades emocionais, de excitação, sentimentais, entre outras, dos indivíduos.

Dessa podemos visualizar de forma sucinta uma das características do esporte que é o espetáculo, o provocar emoção nas pessoas que assistem. Nessa perspectiva, segundo Bourdieu (1983), o esporte com essas características acima referenciadas é uma escola de coragem e de virilidade, é formador de caráter e da vontade de vencer, que contraria as atitudes cavalheirescas do *fair-play*, buscando a vitória a qualquer preço. Com essas características, o esporte espetaculariza-se, gerando em torno de si as mais variadas buscas de satisfação, da realização dos desejos, necessidades e ilusões:

O esporte espetáculo apareceria mais claramente como uma mercadoria de massa e a organização de espetáculos esportivos como um ramo entre outros do *show business*, se o valor coletivamente reconhecido à prática de esportes (principalmente depois que as competições esportivas se tornaram uma das medidas da força relativa das nações, ou seja, uma disputa política) não contribuísse para mascarar o divórcio entre a prática e o consumo e, ao mesmo tempo, as funções do simples consumo passivo (BOURDIEU, 1983, p. 144).

Dessa maneira, os espetáculos esportivos, que antes eram restritos aos espectadores presenciais e aos praticantes, passam a fazer parte dos grandes eventos promovidos pela grande mídia, seja ela jornalística seja televisiva, sendo vendidos como um produto de consumo qualquer. Na contemporaneidade, o cenário esportivo não abre mão de profissionais extremamente qualificados, envolvendo desde técnicos esportivos, fisioterapeutas, fisiologistas, nutricionistas, a administradores esportivos, entre outros profissionais. Nesse cenário, passa a ser compreendido numa cultura de consumo.

Ainda de acordo com a abordagem de Bourdieu (1983), o esporte aponta para uma demanda social, em nível de consumo, concretizada na oferta de novos equipamentos, no surgimento de novos esportes e de vestimentas próprias para a sua prática, influenciando as transformações dos estilos de vida, o que explicaria as transformações que ocorrem também nas práticas e o consumo no campo esportivo.

Dessa maneira, a partir do referencial teórico postulado durante esse texto, ficaria difícil explicar o ser humano, o esporte, e a sociedade de forma absoluta e única pelo viés da determinação, como também reduzir o modo de ser de suas ações a categorias explicativas. A práxis humana que produz o sócio-histórico não está predefinida por nenhum tipo de categoria, racionalidade, norma, lei natural ou regularidade; ela é construída sempre a partir do sentido que o ser humano e a sociedade instituem para aquilo que realizam. Esse sentido não pode ser deduzido nem induzido de forma absoluta

de nenhum outro elemento; é uma criação, na acepção mais ampla da palavra. Só a significação instituída de modo criativo e inovador pelo ser humano e pela sociedade pode explicar o porquê da práxis humana. Embora a criação humana sempre esteja condicionada, ela não é determinada, pois é na práxis que a elucidação e a transformação do real progridem, num condicionamento recíproco. Para Castoriadis (1982, p. 95),

*A práxis é, por certo, uma atividade consciente, só podendo existir na lucidez; mas ela é diferente da aplicação de um saber preliminar (não podendo justificar-se pela invocação de um tal saber – o que não significa que ela não possa justificar-se). Ela se apoia num saber, mas esse é sempre fragmentário e provisório. É fragmentário, porque não pode haver teoria exaustiva do homem e da história; ele é provisório, porque a própria práxis faz surgir constantemente um novo saber, porque ela faz o mundo falar numa linguagem ao mesmo tempo singular e universal.*

Isso nos faz acreditar que a dimensão criadora do ser humano e da sociedade só é viável se pensarmos o *ser* humano como também indeterminado. Pois, se a indeterminação da realidade, em geral, e do humano, em particular, fosse absoluta, o caos também seria absoluto e a confusão total. A indeterminação absoluta do *ser* impossibilitaria a existência continuada de algo e impediria simplesmente pensá-lo como tal. Isso não significa que a alternativa ontológica à indeterminação absoluta tenha que ser a determinação plena do ser. Podemos compreender que tanto o antropológico como o sócio-histórico, para existirem, estão diretamente ligados a sua autodeterminação de modo auto-organizado, sejam na forma de instituições, de funções, normas, valores, estruturas, modos de ser e de viver, fazendo com que o ser humano e o sócio-histórico não sejam explicados só pelas determinações específicas de cada um.

Ao compreendermos o ser humano como indeterminado, estamos diante de uma práxis humana que não se deixa limitar pelos condicionantes implícitos, mas cria “[...] o novo, o que não se deixa reduzir ao simples decalque materializado de uma

ordem racional pré-constituída, em outros termos, o próprio real e não um artefato estável, limitado, morto” (CASTORIADIS, 1982, p. 96). Nesse sentido, a práxis, ao se indeterminar, não se restringe às formas dadas, no sentido de repeti-las e combiná-las, mas, indubitavelmente, abre caminho para se criar o sócio-histórico, possibilitando a autonomia e a auto-organização da sociedade.

Ao contrário, se a práxis fosse totalmente determinada, só restaria ao ser humano viver de forma única, numa natureza predefinida e dada, tolhido das suas possibilidades de interagir com diversas opções e escolher as que mais lhe são viáveis e que lhe dão sentidos. Por isso a importância do imaginário radical, que está sempre permitindo uma criação nova, nunca igual à outra já existente, superando a reprodução, a recombinação do que já foi visto, trazendo a imaginação não cristalizada, não fixa, não limitada às formas já conhecidas, que o ser é capaz de receber, inclusive, de outrem, sem que seja um delírio, um passatempo individual.

O ser humano não é sempre e necessariamente movido de maneira única, por forças econômicas e, assim, impedido de construir novos tipos de relações. A sociedade não se transformou totalmente em uma atividade meramente econômica a ponto de podermos afirmar que toda relação social se constrói, de forma objetiva, nas forças produtivas ditadas pelo capital.

Por isso a pertinência da discussão sobre o conceito de cultura para compreendermos que, ela é móvel, difícil de ser dominada e nos dizeres de Bauman (2012, p. 43) “[...] ela é um conjunto jamais implementado de modo definitivo e sempre inconcluso – e não uma coletânea finita de significações e arte de reconhecer seus portadores”. Dessa maneira, podemos entender que o mundo social existe apenas ao se constituir como sentido para os indivíduos que nele vivem. E, dialeticamente, os indivíduos só constroem mediante as referências coletivas e com o outro, sem deixarem de existir como sujeitos singulares.

Não existe realidade social sem significado subjetivo para os que nela vivem, ao mesmo tempo em que o significado de cada ato individual, cotidiano e singular só existe como produto do que é dado ao ser humano viver na sociedade e na cultura à quais pertence.

Pudemos compreender e concluir, mesmo de forma passageira e sem querer esgotar a forma definitiva a análise a qual propusemos, que, através do contexto evolutivo, imaginário, cultural e histórico, o esporte – como fenômeno social que, na cultura e na motricidade humana, assume formas, sentidos e significados distintos –, dependendo do tempo e do espaço no qual se desenvolve, adquire características próprias, provocando excitações e emoções variáveis, conforme os indivíduos e os grupos estão inseridos.

## Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Ensaíos sobre o conceito de cultura*. Rio Janeiro: Zahar, 2012.
- BOAS, Franz. *A formação da antropologia americana, 1883-1911: antologia / Franz Boas; organização e introdução George W. Stocking, Jr.; tradução Rosaura Maria Cirne Lima Eichenberg; revisão técnica Marco Antônio Teixeira Gonçalves e César Benjamin*. Rio de Janeiro: Contratempo: Editora da UFRJ, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. Como é possível ser esportivo? In: \_\_\_\_\_. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Tradução de Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- \_\_\_\_\_. *As encruzilhadas do labirinto II: os domínios do homem*. Trad. José Oscar de Almeida Marques. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- \_\_\_\_\_. *As encruzilhadas do labirinto III. O mundo fragmentado*. Trad. Carmen Sylva Guedes e Rosa Maria Boaventura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

\_\_\_\_\_. *Feito e a ser feito: as encruzilhadas do labirinto V*. Tradução de Lílian do Valle. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.

\_\_\_\_\_. *Figuras do pensável*. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

ELIAS, Nobert e DUNNING, Eric. *A busca da excitação*. Tradução de Maria Manuela Almeida e Silva. Lisboa: Difel, 1992.

\_\_\_\_\_. *O processo civilizador*. Tradução da versão inglesa: Ruy Jungmann. Rio de Janeiro, Zahar, 1993. v.2.

\_\_\_\_\_. *O processo civilizador*. Tradução da versão inglesa: Ruy Jungmann Rio de Janeiro, Zahar, 1994. v.1.

EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. Tradução Sandra Castello Branco, revisão Cezar Mortari. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

THOMPSON, John. *Ideologia e cultura moderna: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

CAVALCANTI, Bruno César. *Narrativas de Cultura e Movimento dos Atores: Rumos e riscos das políticas para a diversidade cultural*. Salvador-BA, 2007. ENECULT, realizado em Salvador entre 23 e 25 de maio de 2007. Disponível em:

[http://www.cult.ufba.br/e\\_enecult\\_3.html](http://www.cult.ufba.br/e_enecult_3.html). Acesso em: 10. ago. 2014.

Georg Simmel: O conflito da cultura moderna e outros escritos. São Paulo: SENAC, 2007.

PARIS. UNESCO. *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. 2005. Disponível em: <[http://www.cultura.gov.br/site/wpcontent/uploads/2007/11/convencaodiversidade\\_oficial\\_1174079123.pdf](http://www.cultura.gov.br/site/wpcontent/uploads/2007/11/convencaodiversidade_oficial_1174079123.pdf)> Acesso em: 14 set. 2008.

\_\_\_\_\_. *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/imagenes/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2014.

# Mundial de Brasil 2014:

una mirada extranjera de sus legados

*Joaquín Marín Montín*

## Introducción

El mundo actual se encuentra sumergido en un complejo proceso de cambio, en el que una profunda crisis económica, social así como de valores está destapando debilidades en la convivencia humana contemporánea. El país del que procedo, que tanto se admira desde fuera, está sufriendo un fuerte retroceso en su desarrollo con unas cifras de desempleo cercanas al 30% de la población o con los mayores índices de pobreza infantil de Europa. Del mismo modo, se han ido destapando como nunca los mayores casos y escándalos de corrupción en los diferentes partidos políticos, especialmente los dos más importantes adscritos al poder. Como resultado, se ha ido generando un rechazo hacia la clase política tradicional, y se ha ido dando paso a unas voces. Ante tal situación se han ido produciendo diferentes movilizaciones ciudadanas, entre las que destaca el *Movimiento 15-M* surgido tras una masiva manifestación en Madrid durante mayo de 2011 que a su vez dieron paso a otros puntos en el resto de España. Como resultado, empezaron a formarse nuevos partidos políticos entre los que sobresale *Podemos*. Se trata de un formación surgida el pasado mes de marzo cuya primer objetivo fue concurrir a las elecciones europeas, de las que obtuvo representación con cinco escaños

que lo convertirían en la cuarta fuerza política más votada. En la última encuesta del CIS<sup>1</sup> lo sitúan ya en el tercer partido en intención directa de voto.

¿Y todo esto que tiene que ver con la cuestión que aquí nos aborda? Mucho más de lo que parece, ya que la organización de grandes acontecimientos deportivos como los que trataremos a continuación conllevan una serie de transformaciones que implican las mayores inversiones económicas, provenientes tanto de financiación de carácter pública como privada. Dicha financiación suele proceder por lo general de las siguientes fuentes: subvenciones públicas; derechos televisivos de retransmisión; publicidad y patrocinio; espectadores; *merchandising*; ventas de materiales; y alojamientos. Una de las características más destacadas de la organización de este tipo de actividades es su temporalidad, ya que “sus presupuestos nunca se consolidan sino que abarcan entre uno y siete u ocho años” (AÑÓ, 2003, p. 130). Además, casi siempre suelen tener un gasto mayor del previsto inicialmente, lo que llega a generar pagos por deudas que se alargan por muchos años en el tiempo o una falta de previsión en cuanto al uso posterior de las infraestructuras creadas en el evento. Uno de los ejemplos más recientes, se ha visto en lo que ha quedado gran parte de las instalaciones olímpicas de los Juegos de Atenas en 2004, totalmente abandonadas y cuestionándose el beneficio del legado de este gran evento.

A finales del siglo pasado los grandes eventos deportivos constituyeron en España un nuevo impulso decisivo para el desarrollo del país. El punto inicial del recorrido parte en 1982, cuando tuvo lugar la XII Copa Mundial de fútbol que permitió organizar un primer acontecimiento deportivo a gran escala en este país que generó una nueva visibilidad en el exterior. Conviene recordar que el Mundial 82 se celebraría en el contexto de una época complicada para España, sumida en una crisis

---

1 Barómetro de octubre de 2014 del Centro de Investigaciones Sociológicas.

económica e inestabilidad política agudizada aún con el reciente golpe de estado del 23-F<sup>2</sup>. Tras la primera piedra del Mundial de fútbol se iniciaría un largo periodo, que culminó con los Juegos Olímpicos de verano de Barcelona 92, en el que se sucedió una gran transformación en las estructuras económicas y sociales españolas. Para ello, se utilizó el deporte como herramienta de promoción para la proyección internacional de España a través de la organización de principales grandes eventos deportivos. Se ha llegado incluso a catalogar al periodo 1982-2000 como el del “impacto social y cultural del deporte en la España del bienestar: televisión, consumo y deporte” (LÓPEZ, 2011, p. 393).

Y es que el crecimiento económico constante de esos años permitió crear en España un mayor apoyo a las estructuras del deporte desde su estamentos de base, de alto rendimiento y hasta el profesional. Como resultado, fueron emergiendo de forma escalonada diferentes triunfos en el deporte español que permitieron ofrecer una mayor presencia y prestigio a nivel internacional. En este contexto, surge también la voluntad de organizar grandes eventos deportivos que “supone la promoción de una España dinámica y moderna, que se desarrolla y abre las puertas al mundo siendo el deporte un escaparate perfecto para tal fin” (BODIN, 2011, p. 444).

Uno de los legados más importantes del periodo referido anteriormente, fue la participación de las instituciones públicas y privadas en la promoción del deporte español, con niveles de práctica y presencial internacional en diferentes disciplinas gracias a los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. Gracias a ese gran evento, el deporte español y muy singularmente el olímpico será el precedente que explicará los éxitos posteriores. Desde los Juegos de Barcelona se pusieron en marcha una serie de programas específicos que tenían como objetivo, la planificación y la tecnificación del alto rendimiento. En la primera década del siglo XXI, se habla ya incluso de la “edad de oro del deporte

---

2 Golpe de estado del 23 de febrero de 1981.

español”, fruto de los innumerables éxitos individuales como de equipo en sus categorías masculina y femenina. Sin embargo, también se detecta como en la última década del siglo XX se ha ido generando un cierto desequilibrio entre el deporte de alto rendimiento frente el denominado “deporte para todos”, percibiéndose niveles de práctica más bajos respecto a otros países europeos.

## Legados tras la celebración de grandes eventos deportivos. El caso de Sevilla

No siempre la celebración de grandes acontecimientos deportivos garantiza los mismos tipos de legados. Tras el éxito del modelo de Barcelona 92, otras ciudades españolas como Sevilla contagiadas por el entusiasmo olímpico se lanzaron a aventuras que no siempre llegaron a buen puerto. Así, tras la conmemoración de la Exposición Universal de 1992, la ciudad de Sevilla presentó en tres ocasiones su candidatura a celebrar los Juegos Olímpicos de verano de 2004, 2008 e inclusive 2012<sup>3</sup>. Como parte de la estrategia de promoción, la ciudad española entraría a formar parte de un circuito de grandes eventos deportivos que permitiera impulsar y adquirir capacidad organizativa en ese ámbito. Para ello, se fueron creando diferentes infraestructuras deportivas, con financiación pública y privada, que permitieran albergar en sus instalaciones grandes competiciones a las que se aspiraba como parte de la promoción de la ciudad que aspiraba a ser sede olímpica. Se quería aprovechar el legado de la Expo 92 para seguir impulsando internacionalmente la ciudad a través del deporte.

Uno de los principales baluartes del proyecto residió en la construcción de un nuevo estadio, denominado Estadio Olímpico

---

3 Para la candidatura olímpica de 2012 concurren Sevilla y Madrid. Al final el Comité Olímpico Español se decantó por la capital de España.

de Sevilla<sup>4</sup>. Y será con la concesión de la candidatura para la celebración del VII Campeonato mundial de atletismo de 1999, la que permitió construir una mega instalación con capacidad para 60.000 espectadores y con un coste de 120 millones de euros (de los que gran parte procedía de subvenciones públicas). A pesar de que el Mundial de atletismo no requería una instalación tan colosal, se planificó con idea de que una vez terminara el evento atlético se trasladasen los dos equipos de fútbol de la ciudad, Sevilla F.C. y el Real Betis, a través del uso alternado del recinto tomando como modelo algunos estadios italianos. Sin embargo, el rechazo de los aficionados de ambos clubes a trasladar su sede compartiendo el mismo espacio, paralizó la garantía de un uso regular de la instalación así como de su mantenimiento. Como resultado, se ha generado un espacio multiusos con irregular uso deportivo (algunos partidos de fútbol) que ha dado paso a albergar multitudinarios conciertos de música o inclusive certámenes de carácter religioso.

Imagen 1 – Estadio de la Cartuja de Sevilla



---

4 En la actualidad continúa la misma denominación a pesar de no haberse celebrado nunca unos Juegos Olímpicos.



Además del estadio, la ciudad hispalense no ha sabido aprovechar el legado de otras instalaciones debido a una mala gestión y planificación. Sirva de ejemplo la piscina de 50 m del Complejo Deportivo San Pablo, construida para la celebración del XXIII Campeonato europeo de natación de 1997. Tras diez años de uso como piscina cubierta pública que acogía nada menos que a 5000 usuarios cesó su funcionamiento por problemas en su cubierta, que se anunciaron que serían solventados pero que hasta la fecha ninguno de los gobiernos municipales ha hecho frente. Sin embargo, se han ido inaugurando nuevos centros deportivos de carácter privado que no toda la población puede disfrutar de su uso por motivos económicos.

Imagen 2 – Piscina de 50 m C.D. San Pablo





Podríamos también referirnos al caso de Madrid, que al igual que Sevilla intentó hasta en tres ocasiones celebrar los Juegos Olímpicos (2012, 2016 y 2020). La creación de grandes instalaciones deportivas y otras infraestructuras sin garantía de uso generó un desembolso de hasta 9.000 millones de euros, en medio de una delicada situación de inestabilidad económica y política que esta vez no tuvieron el respaldo internacional como en épocas pasadas.

## **Brasil visto desde la mirada española**

Para un español típico referirse a Brasil es hacerlo al país de la música, la alegría y en términos deportivos asociado mayoritariamente al fútbol. Y es que las cinco Copas del Mundo obtenidas son aún un sello de garantía para el aficionado español. De igual modo, el conocimiento deportivo hacia lo brasileño se deba a que gran parte de sus iconos futbolísticos hayan ido participando y lo sigan haciendo en la competición de la Liga española. Una de sus últimas estrellas en llegar fue el pasado año, Neymar Jr. al F.C. Barcelona. Pero, desde hace unos años a Brasil, como en el resto del mundo, se le empieza a mirar de forma más amplia, catalogándose de forma recurrente como

un país emergente y gran gigante sudamericano, pero a la vez sin olvidar sus grandes contrastes sociales y desigualdades.

Puede resultar atrevido comparar, pero al igual que sucedió en España a finales del pasado siglo existen paralelismos evidentes. Así, los grandes eventos deportivos están impulsando en Brasil un importante proceso de cambio que está permitiendo una mayor visibilidad internacional. Paralelamente, desde el punto de vista político y social se generó una nueva etapa protagonizada especialmente por el ex presidente Lula que respaldó desde su gobierno la organización de grandes eventos deportivos como herramienta de desarrollo y modernización del país. Y es que desde los Juegos Panamericanos de 2007, Brasil está inmerso en un proceso de cambio impulsado a través de este tipo de acontecimientos. Es lo que se conoce como la denominada “década dos mega eventos no Brasil” que incluye un circuito internacional de competiciones deportivas, destacando especialmente la Copa del Mundo de fútbol de 2014 y que culminará con los Juegos Olímpicos de verano de Río de Janeiro en 2016. Todo esto hace que en definitiva, al igual que sucedió en España años atrás, el país sudamericano reciba ahora una mayor atención.

Con los Juegos Panamericanos de 2007, Brasil comienza a convertirse en uno de los epicentros deportivos del momento con la celebración de unos juegos que marcaron un antes y un después en la historia del deporte brasileño. En este sentido, la Agencia española de noticias EFE tituló: “Brasil clausura los mejores Panamericanos de la historia”. El propio presidente del Comité Olímpico Brasileño y organización de los Juegos, Carlos Arthur Nuzman, afirmó que “Brasil ha consolidado su capacidad para realizar grandes eventos”. Además, como respuesta la llegada de estos grandes acontecimientos deportivos han incrementado considerablemente el tratamiento mediático hacia el país sudamericano, como lo demuestra la creación de nuevas corresponsalías y ediciones de medios hasta entonces

no presentes (*edição Brasil no El País* desde el 25 de noviembre de 2013, *edição BBC Brasil*, etc.).

## Percepción informativa española. Momentos previos a la Copa del Mundo

A medida que se acercaba la llegada del gran evento deportivo del Mundial de fútbol, los medios de comunicación españoles empezaron a elaborar y difundir trabajos periodísticos que acercaran al público español la realidad de Brasil. Además de los aspectos puramente deportivos que entrarían de forma obligada a tomar parte de la agenda de los principales medios, se abordarían también otros tipo de asuntos. En el caso de la televisión, uno de los temas más repetidos fue sin duda el de la problemática de las *favelas* en Rio de Janeiro, vinculadas a la violencia y al narcotráfico. Así, el programa de reportajes “En portada”, de la televisión pública TVE, retrataron en 2013 el complejo mundo de las favelas frente a la imagen segura que se pretendía ofrecer meses después para la Copa Confederaciones como gran ensayo de la Copa del Mundo de fútbol.

A raíz de la celebración de la Copa Confederaciones de 2013, la prensa española comenzó a tratar en profundidad nuevos aspectos de Brasil relacionados ya no sólo con cuestiones deportivas sino además vinculadas a temas políticos y sociales. Sirva de muestra, como el periódico *El País* se hizo eco en sus páginas de las diferentes protestas callejeras acaecidas en las diferentes ciudades, que fueron sedes del torneo. Y es que meses antes de la celebración del evento, el gobierno brasileño anunciaría medidas como el incremento del precio del transporte público que provocaría importantes movilizaciones ciudadanas en diferentes puntos de todo el país ante las decisiones tomadas. Así en la prensa española, se informaba que en la ciudad de Natal, los estudiantes con sus protestas lograron reducir las tarifas aumentadas de los transportes. Y en Florianópolis la

paralización del transporte público alcanzó la totalidad de la flota de los autobuses.

En la edición electrónica de *El País* del 12 de junio se señalaba: "Brasil, poco acostumbrado a protestar en la calle, esta vez se ha levantado en las principales ciudades del país contra el aumento de los pasajes del transporte público" (2013). Días posteriores en plena fase final del torneo de la Confederaciones el rotativo español abriría su sección internacional del día 27 de junio con una cobertura especial sobre las manifestaciones que estaban aconteciendo esos días en Brasil (v. Imagen 3). De este modo, se empieza a percibir una actitud menos conformista de la población, desencantada con las medidas del gobierno presidido por Dilma Rouseff. Así, se pasa del protagonismo de la información deportiva a una cobertura periodística más centrada en otro tipo de aspectos.

Imagen 3 – *El País* 27/06/2013



## Rouseff cede ante las demandas de la calle

- ▶ La presidenta convocará antes de octubre una consulta sobre las reformas políticas
- ▶ El Congreso da marcha atrás y revoca una ley de impunidad para la corrupción

## Las favelas apoyan la protesta

Centenares de habitantes de los poblados marginales se manifiestan pacíficamente en un barrio rico de Río

ALAN ARAL  
16 de agosto

Un hecho nuevo ha surgido en la comuna y por ahora se trata de una protesta callejera de Brasil. A ella han empezado a sumarse los grupos pobres de las favelas, que hasta ahora eran solo testigos de una revuelta organizada solo bien por miembros de la clase media. Más personas de una de las favelas más emblemáticas de Río, la de la Rocinha, bajaron en la noche del martes hasta el barrio rico de la ciudad, Lethão, acompañados por policías que no necesitaron actuar porque los manifestantes dieron un ejemplo de civildad con una marcha pacífica. Al salir de la Rocinha se le sumaron por el camino otros 1.500 de otra favela y juntos se dirigieron a la residencia del gobernador de Río, Sérgio Cabral, que desde el viernes pasado no duerme en su casa y ante la mala un grupo de manifestantes ha colado sus rindas de campaña.

Las rindas de Lethão y las de los grupos de empresarios locales cerraron sus puertas ante el anuncio de que la favela "trazó la agenda". Y todos fueron cogidos de sorpresa, porque aquellos grupos acostumbrados a ser oprimidos en la elección de los votos y la de la policía liberaron la marcha más pacífica hasta ahora de los grupos callejeros.



Docentes de la Favela de Rocinha protestan en Río, 16 de agosto (jornal)

Paralelamente a estas noticias, la prensa española también ofreció una cobertura relacionada con el seguimiento de la selección de fútbol "La Roja". Además del seguimiento puramente deportivo, durante la Copa Confederaciones se hizo alusión a los problemas relacionados con la organización de los viajes así como del estado de las instalaciones de la zona de entrenamiento. Finalmente la derrota del equipo español en la final contra Brasil en el mítico escenario de Maracanã centró la portada de los principales periódicos (v. Imagen 4), en los que además se elogiaba la figura de Neymar que acababa de firmar contrato con su nuevo club, el F.C. Barcelona, para formar parte como nueva figura en la Liga española de fútbol.

Imagen 4 – Portada *El País* 01/07/2013



Magnum celebra el segundo gol de Brasil ante Castilla. / (13/07/2013) (A3)

## **La Roja se estrella ante Brasil**

**España sucumbe sin tregua en la Copa Confederaciones (3-0)**

Ya en 2014, meses antes a la celebración de la Copa del Mundo diferentes medios españoles sacaban a relucir el tema de las manifestaciones a lo largo de distintas ciudades de Brasil. Así en el diario deportivo *Marca* (v. Imagen 5) se resaltan consignas de los organizadores de algunos de los actos en las que se podía leer pancartas como “no va haber mundial” ó “sin salud no hay mundial”.

## Imagen 5 – Protestas contra la Copa

DISTURBIOS EN RÍO DE JANEIRO Y SAO PAULO

# Brasil vuelve a salir a la calle en protesta contra el Mundial

• Concentración en el este de Sao Paulo, donde se encuentra el estadio Arena Corinthians, bajo lemas como "sin salud, no hay Mundial"

EFE 30/04/14 - 09:49.

imprime envía 18



Y llegamos al momento de la Copa del Mundo, en la que la atención informativa hacia Brasil era máxima, también desde la mirada española. Al igual que el año anterior, los medios en España destacaban las protestas presentes días antes del inicio del evento y como se volvía a destacar la marcha atrás del gobierno hacia nuevas medidas en el precio del transporte: "Roussef realiza concesiones para desactivar las protestas en Brasil" titulaba *El País* en una de sus páginas de las sección Internacional del día 11 de junio. En su interior encontramos destacados como: "El gobierno ofrece 2000 viviendas a los vecinos expulsados por un nuevo estadio" ó "los empleados del suburbano exigen más paga y la vuelta de los despidos" (*El*

*País*, 11/06/2013, p. 6). La atención mediática española exploró también durante esos días previos al inicio del Mundial la opinión de ex futbolistas brasileños que vivieron durante muchos años en España, como el caso de Bebeto que tanto tiempo estuvo jugando en equipos como el Deportivo de La Coruña y el Sevilla FC. En una entrevista en el diario *El País*, el ex jugador brasileño le preocupaba especialmente “¿Cuál va a ser nuestra imagen en el mundo?” afirmando que cuestiones como el “transporte, salud, educación. Todo eso va mal desde que era niño y vivía en Bahía” (*El País*, 11/06/2013, p. 44).

De esta forma, se llega al primer día del Mundial (12 de Junio) en el que ya se iniciaba plenamente el gran evento deportivo. Sin embargo, la prensa española también se hacía eco de forma crítica del estado de las obras sin finalizar, tal como se venía previniendo meses antes. A pesar de las desorbitadas inversiones en los estadios e infraestructuras creadas, se destaca la sensación de caos en espacios estratégicos como los aeropuertos. Así, en las propia sección de deportes de algunos periódicos se podían leer este tipo de noticias (v. Imagen 6). En ellas se señalaba como en el propio día de la inauguración del evento “el acelerón final de las autoridades brasileñas y el Comité organizador local de la Fifa para terminar a tiempo las obras prometidas hace siete años durará hasta hoy mismo” (CIFUENTES, 2014, p. 46). Sin embargo, hay que señalar que no sólo en Brasil suceden este tipo de hechos y en otros países también acontece que obras de los grandes eventos deportivos no suelen terminarse en el plazo estipulado. Los Juegos Olímpicos de Barcelona ó el Mundial de atletismo de Sevilla no terminaron de construir totalmente sus instalaciones y espacios aledaños.

Imagen 6 – Obras Arena Corinthians Sao Paulo



Un trabajador echa cemento en una de las tribunas del estadio Arena Corinthians de São Paulo. / (A30) A3/001 (3P)

## Obras sin acabar y promesas sin cumplir

La cita comienza con los operarios rematando gradas provisionales, sin que se hayan hecho realidad los planes de acceso a los estadios. Los aeropuertos están sumidos en el caos

### Inicio de la Copa del Mundo. Un acercamiento a su tratamiento televisivo

En España, *Mediaset* fue el operador que disponía de los derechos de retransmisión televisiva. Como era lógico, se preparó una cobertura especial centrada especialmente en el seguimiento cercano a la selección española de fútbol, que llegaba a la Copa del Mundo como campeona en su pasada edición, celebrada en 2010 en Sudáfrica. A través de sus diferentes canales de televisión (*Cuatro*, *Telecinco*, *Energy*) y su sitio en Internet ofreció también diariamente diferentes noticias relacionadas con el gran evento deportivo que iban aconteciendo. Al igual que el resto de la prensa española desplazada a Brasil, desde la web se fueron acompañando los momentos previos a la Copa del Mundo, destacándose como se ha señalado anteriormente las diferentes protestas en contra del gran evento. Una de esas noticias estuvo referida en la web

de Mediaset a una curiosa forma artística de protesta contra el Mundial en la que grafiteros de diferentes zonas de Brasil se unieron para realizar diferentes obras de arte (v. Imagen 7).

Imagen 7 – Previo a la Copa



En otro orden, minutos previos a la inauguración del evento el jueves 12 de junio, la cadena de televisión Cuatro (grupo Mediaset) anunciaba en su informativo la situación en las calles de São Paulo en la cual el enviado especial informaba en directo como grupos antidisturbios de la policía estaban lanzando gases

lacrimógenos cargando contra los que protestaban e inclusive contra los propios periodistas que estaban intentando cubrir esa información. Se informaba así de las grandes medidas de seguridad con varios helicópteros por toda la zona para evitar así que los manifestantes cortasen la carretera que llevaba al estadio donde arrancaba la Copa.

En contraste, al final del informativo, se daba paso directamente a una imagen del Estadio Arena de São Paulo, más distinta donde se iba a dar paso a la ceremonia inaugural y que la cadena española ofreció en directo. *Cuatro* retransmitió de forma íntegra el acto de apertura del Mundial, con los comentarios de los periodistas Manu Carreño, Julio Maldonado “Maldini” y el ex futbolista Kiko Narváez. En la misma, se describían con entusiasmo cada uno de los instantes a través de tres actos en los que se rendía homenaje a la naturaleza, a la mezcla de etnias y al deporte del fútbol. Pero de igual modo durante la narración, se mencionaban los problemas que estaban sucediendo fuera del estadio con las manifestaciones e incidentes. Sin embargo, a través de la ceremonia se resaltó como el país brasileño quiere ofrecer una imagen de felicidad y alegría, como uno de sus pilares.

Imagen 8 – Imagen inicial y final del informativo de Cuatro





En este punto, es interesante destacar la doble función que ejerció el operador televisivo español. Por un lado, presentando en sus informativos una imagen complicada del país en relación a unas protestas en el mismo día de la inauguración, que llegaron a tener un marcado carácter violento. Mientras que por otro, se ofrecía una imagen bien distinta desde dentro del recinto deportivo en el que se comenzaba a desarrollar de forma festiva el evento. De igual modo, los diferentes periódicos españoles recogieron informativamente esa doble vertiente. En la edición de Internet de *El País* inclusive se conectó en directo con las manifestaciones en los alrededores del estadio. Otros periódicos como *ABC* se refería en su primera página de deportes (v. Imagen 9) a los disturbios frente a la actuación de la artista Jennifer Lopez en la ceremonia inaugural.

## Imagen 9 – Primera página deportes ABC 13/06/2014

70 DEPORTES

VIERNES 13 DE JUNIO DE 2014 ABC



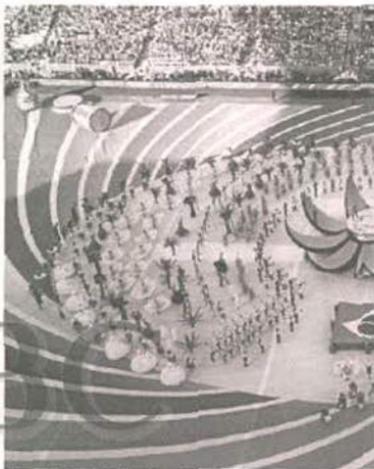
Brasil 2014 La inauguración



Un manifestante lanza un cóctel molotov en São Paulo



Jennifer López (izquierda) y Claudia Leite en la ceremonia inaugural



La gran fiesta en el Corinthians Arena de São Paulo

## Entre los disturbios y Jennifer Lopez

► Una decena de heridos en las revueltas previas a la ceremonia inaugural del Mundial

2014, su 14 mundialista brasileño es el presidente de la FIFA, Joseph Blatter, pronunciarlo de escaso algarido de inauguración. Aún así, no se libraron del reproche de sus gradas, que por cierto estaban aún a medio llenar. Los solo

tos de la CBN, aunque ninguno de gran importancia, alternativamente. La traza de estos últimos días entre manifestantes y policía militar ha sido un caos-espeluzno. Venen curvas de sus

mejor éxito, a los más de 1.000 millones de teleespectadores que se sentaban delante de la pantalla.

**Cierre musical**

Para el final, la organización guardó

## Desarrollo del Mundial. De la decepción deportiva ¿al éxito organizativo?

Pocos imaginarían antes de empezar la competición como transcurriría deportivamente. La eliminación de la selección española en la primera ronda del campeonato fue una sorpresa para la mayoría y que haría a priori crecer las aspiraciones del equipo brasileño en su camino hacia un nuevo título. Si bien la llegada del equipo español a Brasil estuvo acompañada de una cierta polémica por la presencia de Diego Costa que finalmente se decantó por elegir jugar con "La Roja". En este sentido, los

medios españoles reflejaron un cierto clima de hostilidad de los aficionados brasileños hacia el jugador oriundo del estado de Sergipe, pese a que él señala que tenía el apoyo de otras muchas personas (v. Imagen 10). *El País* destacaba a través de una breve pieza de vídeo como durante el segundo entrenamiento del equipo español en Curitiba algunos aficionados brasileños “Costa fue increpado durante la sesión con gritos de traidor. Otros en cambio, echaban la culpa al seleccionador Luiz Felipe Scolari por no haberle convocado antes” (*El País*, 11/06/14).

Imagen 10 – Diego Costa en ABC 11/06/2014

64 DEPORTES

MUNDIAL DE BRASIL 2014 ABC

Brasil 2014 La selección

## «Muchos en Brasil me apoyan y entienden lo que pasó»

► El delantero vive feliz con la selección española y reivindica su decisión mientras los compañeros celebran su rápida integración en el grupo

hermanos almorzaron juntos por un mundo común. En el vestuario besaron a Costa y le recordaban cariñosamente las ocasiones en que se opuso por casi todos los campos de fútbol, pagados por Brasil...



Eliminado el conjunto español, la atención informativa hacia el Mundial disminuyó considerablemente debido al inesperado fracaso obtenido. Paralelamente el equipo brasileño iba avanzando con éxito en la competición si bien el juego de Scolari no convencía, mientras el entrenador gaúcho criticaba a la Fifa y hasta la propia prensa local por falta de apoyo al equipo. A las puertas de los cuartos de final y en un clima de cierta euforia, la prensa española destacaba como el pueblo brasileño parecía haber aparcado las protestas sociales de días atrás y el gran protagonista ahora era el entrenador (v. Imagen 11).

Imagen 11 – Portada sección deportes *El País* 3/07/2014



## Scolari juega con fuego

Y llegó el día fatídico el 8 de julio, cuando el conjunto brasileño fue eliminado de la Copa de manera humillante ante Alemania, recibiendo la mayor goleada de la historia y bajo el asombro de todos. De la euforia inicial se pasó a un clima absoluto de tristeza que provocaría incluso nuevamente incidentes en las calles de las grandes ciudades. Ese día el periódico *El País* lo abriría en como la principal noticia de portada (v. Imagen 12), a la que además acompañaban en otras páginas sobre las consecuencias inesperadas de este resultado.

Imagen 12 – Portada *El País* 9/07/2014



Maicon consuela a Fernandinho, de rodillas, tras la derrota. Al fondo, Marcelo. / CHRISTOPHE SIMON (AFP)

## Alemania aniquila a Brasil

La Canarinha recibe la mayor goleada de su historia (1-7) en su Mundial ● Los germanos entran a lo grande en la final

La prensa española destacó como se llegó incluso a plantear un efecto negativo en el electorado que meses después votaría, “los asesores de la presidenta, Dilma Rousseff y los miembros de su Gobierno están atónitos y a la expectativa... ante este aluvión de goles y decepción” (JIMÉNEZ, 2014, p. 8). Hasta entonces, parecía dar la sensación de que las protestas, las elecciones,.. habían quedado aparcadas durante la disputa del Mundial. Y a partir de ahí, se reflejaría en los medios una autocrítica, en la que se señalaba la necesidad de una revolución:

“Brasil debe revisar todas sus estructuras futbolísticas tras pasar del purgatorio al infierno con la humillante derrota ante Alemania” (CIFUENTES, 2014, p. 48). Para colofón del fracaso, la selección argentina se clasificaría para la final de la Copa del Mundo envolviendo de aún más irritación a la *torcida* brasileña. La prensa española resaltaba en una de sus editoriales como diferentes grupos de hinchas argentinos vestidos todos con la camiseta de Messi entonaban los cánticos “Brasil decime que se siente” mientras inundaban las calles de Río de Janeiro en una marea albiceleste sin precedentes.

Finalmente Alemania ganará su cuarta Copa del Mundo en una sufrida final ante Argentina. Tras la finalización del campeonato la propia Fifa subraya el “éxito organizativo del Mundial de los Mundiales”. Y es que los máximos dirigentes futbolísticos colocaron una puntuación de 9,25 al campeonato. Finalizado el gran evento la prensa española también recoge como desde la secretaría general de deportes presidida por Luis Fernandes aludió a la eficiencia organizativa con ausencia de problemas de inseguridad. Igualmente se menciona como el ministro de deportes hace alusión a la “tolerancia, el cariño, tratar bien a los extranjeros... somos un país de mestizaje”.

## Consideraciones finales

Tal vez sea prematuro aventurarse a valorar el impacto real de la Copa del Mundo de 2014 celebrada en Brasil con tan poca perspectiva de tiempo. El desafortunado resultado deportivo de la selección local parece querer aún borrar ese momento. Hasta los propios productos de *merchandising*, tan habituales en este tipo de eventos, se han ido borrando de las tiendas y el popular Fuleco ya no es fácil ya de encontrar. Además desde la mirada española, esta decepción se instaló si cabe aún más cuando “La Roja” fue apeada en la primera fase del torneo, provocando un cierto desinterés por el seguimiento del Mundial. De igual modo, los números publicados a finales del

pasado mes de septiembre por la Fifa en el documento “La Copa Mundial del Fifa 2014 en cifras” sólo ofrecen un conjunto fugaz de datos estadísticos que no justifican el legado real del torneo.

Y es que referirse al legado de un gran evento deportivo, implica hacerlo en dos direcciones. De un lado, el legado tangible es decir, el de las construcciones materiales que en el caso de Brasil han permitido construir no sólo doce estadios con la creación y ampliación de instalaciones deportivas y escenarios multiusos sino también nuevas carreteras, aeropuertos y una mejora considerable en el sistema de movilidad urbana y de las telecomunicaciones. De otro, el legado no tangible referido a los valores que el evento ha podido dejar en la ciudadanía, como la creación de programas de desarrollo futbolístico que impulsen la práctica del deporte base así como nuevas actitudes que fomenten el juego limpio.

Sin embargo lo que aún se desconoce de forma transparente es el coste real de las inversiones realizadas, ya que casi siempre superan los costes previstos inicialmente. Si a día de hoy se sabe que el gasto de la Copa superó los 10.600 millones de dólares se entienden con razón las protestas en diferentes sectores de la sociedad brasileña exigiendo mejoras más urgentes en la salud y la educación. De esta forma, surgen muchos interrogantes sobre los legados de este gran evento:

- ¿Qué uso real van a tener los estadios construidos en las diferentes ciudades además de los centros comerciales o hoteles que van a albergar? ¿específicamente fútbol o multiusos?
- ¿Van a finalizarse las infraestructuras relativas al transporte que no se pudieron terminar por falta de tiempo?
- ¿Cómo se va a mejorar la competición futbolística brasileña en sus diferentes categorías sin que no haya tanta fuga al extranjero? [...]

En cualquier caso, la ciudadanía debe saber valorar que todos los efectos positivos que generan este tipo de eventos pueden quedar sucumbidos si no son gestionados de forma honrada. El mayor peligro de este tipo de eventos son los altos costos y la corrupción que fácilmente pueden llegar a generar, y que desgraciadamente siguen presentes en el negocio del deporte.

## Referencias

- AÑÓ, Vicente. La organización de grandes eventos deportivos. *Arbor Revista CSIC*. Madrid, 2000.
- ARIAS, J. Brasil se levanta en protesta contra el aumento de los precios del transporte. *El País* Edic. Electrónica de 12 junio de 2013. Disponible en: [http://internacional.elpais.com/internacional/2013/06/12/actualidad/1371000636\\_370579.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2013/06/12/actualidad/1371000636_370579.html) Acceso en 13 nov. 2014.
- BODIN, Dominique. Inclusión social y práctica deportiva. El deporte como herramienta de construcción ciudadana en la España democrática, 1975-2000. 433-465. En: PUJADAS, Xavier. *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España (1870-2010)*. Madrid: Alianza Editorial, 2011.
- CIFUENTES, P. Obras sin acabar y promesas sin cumplir. *El País*, Madrid, p. 46. 12 junio. 2014.
- CIFUENTES, P. De la decepción a la revolución *El País*, Madrid, p. 48. 10 julio. 2014.
- COLLADO, Juan José. *Impacto socioeconómico de los grandes eventos. El caso de Brasil*. Tesina. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, 2012.
- Edición Electrónica *El País*. Gritos de traidor contra Diego Costa. 11 Junio 2014. Disponible en: [http://deportes.elpais.com/deportes/2014/06/11/mundial\\_futbol/1402503971\\_281411.html](http://deportes.elpais.com/deportes/2014/06/11/mundial_futbol/1402503971_281411.html) Acceso en 14 nov. 2014.
- EFE. Brasil vuelve a salir a la calle en protesta contra el Mundial. *Marca* Edic. Electrónica. 30 de abril de 2014. Disponible en: <http://www.marca.com/2014/04/30/futbol/mundial/1398844158.html>

Acceso en 11 nov. 2014.

JIMÉNEZ, A. *Noventa minutos que pueden cambiar Brasil*. *El País*, Madrid, p. 8. 8 julio. 2014.

ROSSI, M.; MARCONDES, P.; BENIDELLI, T. Roussef realiza concesiones para desactivar las protestas en Brasil. *El País*, Madrid, p. 6. 11 junio 2014.

LÓPEZ, Bernat. El impacto social y cultural del deporte en la España del bienestar: televisión, consumo y deporte mediático, 1982-2000. 393-430. En: PUJADAS, Xavier. *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España (1870-2010)*. Madrid: Alianza Editorial, 2011.

## Legados da Copa, oportunidades perdidas:

cultura democrática inibida por uma  
mídia que prioriza o que é interessante,  
não o que é importante!

*João Roberto Liparotti*

O que assistimos num megaevento esportivo como a Copa do Mundo 2014 tem sido o que foi interessante ou o que é importante para a vivência de uma cultura democrática?

Correia (1997) classifica o conteúdo da informação como interessante (interesse do público) e importante (interesse público). Concordando com este autor tem-se observado certa submissão da informação à “espetacularização da notícia” relacionada ao critério de brevidade e que apresenta três características: a) facilita a apreensão da mensagem; b) a audiência é maior; c) proporciona maior diversidade de matérias.

Se considerarmos na perspectiva de megaevento esportivo uma: “estrutura planejada ou não, positiva ou negativa, tangível ou intangível que foi ou será criada através de um evento esportivo e que permanece depois do mesmo” (PREUSS, 2006, p. 3), quando o planejamento alcança as metas que se tornam legados que ficam para a população, as oportunidades foram bem aproveitadas. No caso da tecnologia, a utilização inédita de um *ship* na bola – *gol-line* – que evita erros humanos que

geraram injustiças em jogos anteriores. Abaixo, versões de jornais franceses à estreia:

Além de comemorar a vitória na estreia da Copa do Mundo, os jornais franceses também celebraram o primeiro gol “eletrônico” da história da competição. Na vitória por 3 a 0 sobre Honduras neste domingo, no Beira-Rio, o segundo gol dos europeus foi confirmado graças à tecnologia das câmeras que atestam se a bola passou totalmente a linha do gol. O *Eurosport*, por exemplo, festejou tanto esse gol a ponto de lembrar que, em 1998, foi da França também o primeiro gol de ouro da história das Copas. Na oportunidade, Laurent Blanc garantiu a vitória da França sobre o Paraguai no segundo tempo da prorrogação. O gol de ouro fazia com que o tempo extra se encerrasse assim que a bola estufasse a rede. “O primeiro gol da história da Copa validado pela tecnologia da linha é francês”, destacou o *Eurosport*. “Dezesseis anos depois do gol de ouro de Laurent Blanc, a França conquistou outro marco, o primeiro gol validado pela tecnologia”, acrescentou. O *RMCSport* também dedicou atenção especial ao feito e ainda lembrou que a França também esteve na primeira disputa por pênaltis das Copas, em 1982, nas semifinais contra a Alemanha: “Essa é uma especialidade da França: inaugurar as inovações da Fifa”. A versão digital da *France Football*, por sua vez, preferiu valorizar os dois gols de Benzema, apontando o camisa 10 como possível artilheiro da Copa no Brasil (UOL, 2014, p. 1).

A modalidade futebol ainda está atrasada por manter um tradicionalismo nas regras no sentido de que a bola em jogo das partidas ainda não são cronometradas, se a bola está fora de jogo – como no basquete – o tempo deveria ser interrompido e acionado quando do reinício da bola em jogo, elementar porque justo. Mas, como isto não acontece, permite a prática do antijogo que mesmo com o aumento das prorrogações subjetivas fixadas pelos árbitros nos últimos anos em até 6 minutos, os dados demonstram que um tempo de 45 min. não tem efetivamente 30 min. de bola em jogo. Enfim a duração de 90 min. é uma falácia. O escritor Eco (1984) considera que estas incoerências e as interpretações diferentes das regras como linha de impedimento e

bolas na mão, geram injustiças e “falação” posterior, é a “fala do que podia, mas não foi”, que explicariam a enorme popularidade do futebol como o esporte de maior número de aficionados no mundo e completa:

O futebol é um ritual em que os desvalidos gastam sua energia combativa e seu senso de revolta, praticando feitiços e encantamentos para ganhar dos deuses de todos os mundos possíveis a morte do meio-campista adversário, completamente alheios ao establishment, que quer mantê-los num estado de entusiasmo extático, condenados à irrealidade (ECO, 1984, p. 223).

Sim, neste caso do uso da tecnologia pode-se afirmar que houve legados a favor de uma cultura democrática porque mais justa, e o avanço tecnológico foi e será importante para aumento da credibilidade do esporte e diminuição das injustiças e erros de arbitragem.

Discentes da UFRN também podem afirmar que obtiveram legados de conhecimento e tecnologia por participarem de um convênio Fifa – Reitoria da UFRN – com cursos de capacitação oferecidos pela HBS.TV para atuação no estádio em estágio remunerado e acadêmico em funções como: *Assistant to the Venue Logistics Manager, Assistant to the Broadcast Venue Manager, Assistant to the Venue Technical Manager, IS/IR Assistant, Commentary Assistant, Broadcast Information Assistant, Fifa Broadcaster Servicing Team Venue Assistant*. Foram mais de 110 participantes coordenados pelo programa UFRN na copa, dentre eles foram selecionados 27 alunos dos cursos de Comunicação Social e Jornalismo, Engenharia eletrotécnica/eletrônica, Tecnologia da informação, Ciência da computação, Línguas estrangeiras na transmissão com 34 câmeras distribuídas na Arena das Dunas, entre elas a *spidercam* e helicóptero.

Futebol cada vez mais é negócio e o mercado trata a cultura como objeto de consumo, entretenimento e passatempo (significado oposto ao lado criador e crítico das obras e expressões culturais). Chauí (2000) descreve cultura como uma “Ação

de conduzir à realização de potencialidades de algo ou alguém”, esta se torna critério de avaliação do grau de civilização dentro do contexto social e alerta quando o Estado busca se tornar produtor de cultura há o risco de se tornar antidemocrático.

O legado cultural do megaevento analisado foi limitado a poucas expressões nacionais, regionais e locais. Artistas convidados que participaram da abertura pouco tem a ver com a identidade nacional, outros, nenhuma, porque estrangeiros. Neste caso o COL e a Fifa foram no mínimo infelizes nas escolhas, sujeitando-se ao horário da abertura do evento ser durante o dia, que diminuem as possibilidades do jogo de luzes e fogos de artifícios que geram maiores impactos, além das indicações duvidosas impostas e que nem interessantes foram, passando despercebidas.

Para Suassuna (2014) defensor da cultura e da estética do sertão, sobre a manifestação cultural nordestina, a valorização da língua portuguesa, na sua aula espetáculo: produzimos no Brasil a melhor música com os melhores músicos, mas os interesses econômicos e mercadológicos nos levam a escutar o que há de pior em qualidade nos canais de rádio e TV, caso semelhante está acontecendo no futebol. Temos jogadores brasileiros de qualidade técnica, mas que muito jovens saem para outros clubes no exterior. A maior parte da seleção brasileira (2014 somente três jogavam país) está jogando em outros países. Assim os jogos do futebol brasileiro apresentam menor qualidade técnica, baixo investimento, desvalorização e perdem a identidade nacional. Um dos legados esportivos das derrotas brasileiras nas últimas Copas é demonstrado num levantamento aponta tendência nos últimos quatro anos:

O Brasil continua sendo o país que mais fornece jogadores para a Europa, mas esta tendência pode estar mudando. Um estudo divulgado pela Universidade de Neuchatel, na Suíça, com colaboração da Fifa, mostrou que o número de atletas brasileiros nas primeiras divisões do Velho Continente diminuiu mais de 12%. Atualmente, o país sul-americano

fornece 471 atletas para a principal série dos países europeus, contra 538 brasileiros que atuavam no continente em 2009. O espaço aberto pelo país foi preenchido por outras nações (GOAL, 2014, p. 1).

Para a urbanista Raquel Rolnik, professora da Universidade de São Paulo e relatora especial do Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) para o Direito à Moradia Adequada, o legado urbanístico que a Copa deixou para o País não foi significativo, declara em entrevista para Paula Bianchi:

Tidos pelo poder público como uma vitrine para o País e uma oportunidade de investimentos, os grandes eventos que serão realizados no Brasil acabaram servindo de estopim para uma série de reivindicações, que eclodiram nas agora conhecidas como jornadas de junho. Essas reivindicações seguem se desdobrando, causando dor de cabeça aos governantes e perplexidade aos estudiosos. No centro da questão, por sediar a final da Copa do Mundo e as Olimpíadas e fazer parte do imaginário estrangeiro do Brasil, a cidade do Rio de Janeiro e os seus 6 milhões de habitantes servem de laboratório, e se veem entre as promessas de uma cidade melhor e a realidade caótica de má qualidade dos serviços públicos e obras aquém do anunciado. Acompanha de perto o processo desde 2009, a principal discussão que se coloca é o direito à cidade e a necessidade de se investir em uma cidade realmente para todos. “Não é comprar casa, comprar moto. Tem uma dimensão pública essencial que é a urbanidade e que precisa ser resolvida”, afirma.

A realização da Copa do Mundo de 2014 no Brasil motivou várias violações de direitos básicos da população, principalmente da mais pobre, segundo dossiê pela Ancop (Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa). O documento lista diversos casos de violência policial, desrespeito à legislação trabalhista e até remoções forçadas de famílias de suas casas causadas pelo Mundial de futebol deste ano.

A Copa, junto com os Jogos Olímpicos de 2016, retirou pelo menos 250 mil pessoas de suas moradias. O número é uma estimativa das remoções realizadas nas 12 regiões. No

caso de Natal, depois de estarem previstas remoções na gestão anterior da prefeitura, o Comitê Popular da Copa em Natal se movimentou, buscou apoios: a TV fechada ESPN produziu um documentário: “Areia movediça, a Copa sob as dunas”, denunciando remoções.

Foram reduzidas as remoções de moradores nos locais de obras previstas para a Copa do Mundo em Natal (RN), Recife (PE) e Salvador (BA). Na capital potiguar, o maior número de remoções estava previsto nas obras do Viaduto da Urbana e da Avenida Capitão-mor Gouveia. De acordo com o comitê popular local, cerca de 400 unidades seriam removidas. “Com a pressão popular, esse número diminuiu bastante”, comemora a arquiteta Rosa Pinheiro de Oliveira, integrante do Comitê Popular da Copa de Natal. Para Rosa Oliveira, essa revisão no projeto restabelece o direito à participação que devia ter sido garantido à população daquela área, mas que não estava sendo respeitado. “Começou a ser feito sem planejamento e sem dar oportunidade de a gente discutir o projeto. Isso acaba tendo influência na questão do cronograma, mas esse não é o nosso objetivo. Nosso objetivo principal é garantir todos os direitos assegurados na constituição, no Estatuto das Cidades, no Plano Diretor, inclusive o direito de participar das decisões que nos afetam”, argumenta (TRIBUNA DO NORTE, 2013, p. 1).

Após as eleições na prefeitura de Natal, desde a campanha o referido movimento inseriu o compromisso dos candidatos em rever o traçado das obras previsto visando evitar o impacto para as famílias. Depois de audiências públicas e diálogos, a SEMOB suspendeu as obras e estabeleceu novo traçado de foram que ao final de 2014, sem ainda a obra ter sido concluída, nenhum morador da cidade havia sido removido. A previsão de remoção continua na área de São Gonçalo do Amarante, em função da zona de ruído do novo aeroporto, mas também não executada.

Este referido comitê decidiu que, após a Copa, se transformará em Comitê Popular de Direitos e Cidadania e pretende continuar suas ações e manifestações contra intervenções que não respeitem os direitos à moradia entre outros, transformando-se em canal democrático legítimo e deve ser também

considerado um importante legado social da Copa do Mundo de 2014 para a população em Natal.

Mas, não se surpreendam, em plena era da comunicação, muitas destas reportagens e depoimentos acima não são nem serão num futuro breve divulgadas na grande mídia brasileira. A explicação é simples, poucas famílias de senadores e deputados receberam em troca de apoio as concessões públicas de jornal, rádio e tv no período da ditadura, como descreve Venício de Lima (2001):

[...] expressões como “coronelismo eletrônico” ou “cartórios eletrônicos” têm sido frequentemente utilizadas para caracterizar a tentativa de políticos de exercer, por meio da mídia que possuem, o controle sobre parte do eleitorado. O resultado é que o vínculo entre as comunicações e as elites políticas, sobretudo regionais e locais, deixou raízes profundas no país – e essa é uma característica que certamente vai existir ainda por muitos anos”. Um levantamento de 1994, divulgado no ano seguinte, indicava que 31,12% de todas as emissoras de rádio e televisão no Brasil eram controladas por políticos. “Existem estados onde é notória a presença de políticos no controle das comunicações. São frequentemente mencionados: nos estados da Bahia (grupo de Antonio Carlos Magalhães); Maranhão (José Sarney); Rio Grande do Norte (Aluizio Alves); Sergipe (Albano Franco e João Alves); Pará (Jader Barbalho); Roraima (Inocêncio Oliveira); São Paulo (Orestes Quércia) e Paraná (Paulo Pimentel e José Carlos Martinez)”, conta Venício. “Aqui em Brasília, há casos em que a mãe do deputado distrital é a dona da rádio – o Brunelli. O senador brasileiro Paulo Octavio [que renunciou ao Congresso para assumir a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Distrito Federal] é o latifundiário local de concessão”, diz (MERLI; DEAK, 2007, p. 1).

Incluo aqui no RN, TV Tropical, família Tarcísio Maia (senador Agripino e deputado Felipe), TV Potengi-BandNatal, família do ex-senador Geraldo Melo (que vendeu para o Grupo Bandeirantes de Comunicação em 2008), TV Ponta Negra, família do ex-senador Carlos Alberto de Sousa – vendida em 2014 ao grupo Hapvida – depois que o Ministério Público do Rio Grande

*do Norte requereu à Justiça Estadual o afastamento de Micarla de Sousa (uma das filhas do ex-senador) da Prefeitura de Natal. O pedido, assinado pelo procurador-geral de Justiça, Manoel Onofre de Souza Neto, defende que a chefe do executivo municipal está envolvida no esquema fraudulento identificado pelos promotores de Defesa do Patrimônio Público com a deflagração da Operação Assepsia.*

André Deak e Daniel Merli que são editores da Agência Brasil, membros do Coletivo Intervezes de Comunicação Social e dois dos autores do livro *Vozes da Democracia – A História da Comunicação na Redemocratização do Brasil*, descrevem:

De acordo com o mais recente levantamento, divulgado no final do ano passado, pelo menos um terço dos 81 senadores e mais de 10% dos 513 deputados federais controlam canais de rádio ou televisão. Isso poderia ser apenas uma razão de desconfiança, pela possibilidade de uso político da comunicação, se não estivesse escrito na Constituição que é proibido. O Artigo 54 afirma que deputados e senadores, a partir do momento em que tomam posse, não podem “firmar ou manter contrato” ou “aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado” em empresa concessionária de serviço público. Rádios e televisões são justamente isso: recebem a concessão de uso de uma faixa do espectro eletromagnético por onde transmitem sua programação. Espectro esse que é público, finito e, por isso, regulado pelo Estado. A primeira linha do artigo seguinte da Constituição, de número 55, diz: “Perderá o mandato o deputado ou senador que infringir qualquer das proibições estabelecidas no artigo anterior”.

São 27 senadores e 53 deputados sócios ou parentes de proprietários de empresas de comunicação concessionárias de serviço público. Esses parlamentares foram rastreados em um cruzamento de dados realizado pela Agência Repórter Social. As bases de dados foram as declarações prestadas pelos próprios parlamentares aos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs), a pesquisa do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), do Rio Grande do Sul, que divulgou uma lista de senadores com parentes donos de emissoras, e uma lista divulgada em 2005 pelo sociólogo e doutor em Comunicações da Universidade de Brasília (UnB), Venício

de Lima, de deputados que têm os nomes entre os sócios de concessionárias, em uma listagem divulgada então pelo Ministério das Comunicações – que não está mais no site do governo.

Além desses 80 parlamentares, entretanto, muitos outros podem dirigir veículos de comunicação sem que a sociedade saiba (MERLI; DEAK, 2007, p. 1).

E, segundo Elvira Lobato (Folha de S. Paulo, 25/08/2002) “FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos”, veja:

Em sete anos e meio de governo, além das 539 emissoras comerciais vendidas por licitação, FHC autorizou 357 concessões educativas sem licitação. Figueiredo distribuiu 634 e José Sarney 958 – basicamente comerciais – igualmente sem licitação. A distribuição foi concentrada nos três anos em que o deputado federal Pimenta da Veiga (PSDB-MG), coordenador da campanha de José Serra, esteve à frente do Ministério das Comunicações. Ele ocupou o cargo de janeiro de 99 a abril de 2002, quando, segundo seus próprios cálculos, autorizou perto de cem TVs educativas. Pelo menos 23 foram para políticos. A maioria dos casos detectados pela Folha é em Minas Gerais, base eleitoral de Pimenta da Veiga, mas há em São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Pernambuco, Alagoas, Maranhão, Roraima e Mato Grosso do Sul (LOBATO, 2002, p. 1).

Quatro anos mais tarde, 18/06/2006, a mesma jornalista Elvira Lobato da Folha de São Paulo, nos apresentou outra reportagem: “Governo Lula distribui TVs e rádios educativas a políticos”:

O governo Lula reproduziu uma prática dos que o antecederam e distribuiu pelo menos sete concessões de TV e 27 rádios educativas a fundações ligadas a políticos. Também foi generoso com igrejas: destinou pelo menos uma emissora de TV e dez rádios educativas a fundações ligadas a organizações religiosas. Esse fenômeno confirma a afirmação de funcionários graduados do Ministério das Comunicações de que, no Brasil, a radiodifusão “ou é altar ou é palanque”. Entre políticos contemplados estão os senadores Magno Malta (PL-ES) e Leonel Pavan (PSDB-SC). A lista inclui ainda os deputados federais João Caldas (PL-AL), Wladimir Costa

Legados da Copa, oportunidades perdidas:

(PMDB-PA) e Silas Câmara (PTB-AM), além de deputados estaduais, ex-deputados, prefeitos e ex-prefeitos. Em três anos e meio de governo, Lula aprovou 110 emissoras educativas, sendo 29 televisões e 81 rádios. Levando em conta somente as concessões a políticos, significa que ao menos uma em cada três rádios foi parar, diretamente ou indiretamente, nas mãos deles. Fernando Henrique Cardoso autorizou 239 rádios FM e 118 TVs educativas em oito anos (LOBATO, 2006, p. 1).

Não é diferente o quadro de domínio do poder nas famílias na gestão do esporte brasileiro. A maioria dos presidentes de clubes, federações e confederações se eternizaram com *familiares nos cargos por muitos anos, alterando estatutos para se reelegerem indefinidamente*. Até antes da Lei Zico, os presidentes de federações e confederações só podiam ser reeleitos uma vez. Com a promulgação da lei 8.672, de 6 de julho de 1993, foi extinta a limitação de mandatos. Verificar quem votou a favor desta lei pode ser esclarecedor – a bancada da bola – Frente Parlamentar de Apoio ao Esporte, reúne congressistas ligados aos clubes e federações de futebol como Delcídio Amaral (PT-MS). Já recebeu doações da CBF, defendeu pleitos da entidade no Senado.

Vejam o que afirmou o presidente da FPF, coronel Antônio Carlos Nunes de Lima, sobre a prorrogação dos mandatos dos presidentes de federação e CBF:

Uma emenda da Fifa determinou que o mandato do presidente da CBF, caso o Brasil fosse eleito para o Mundial de 2014, teria de ser até o final da Copa. Por força estatutária, as federações tiveram de se adequar ao estatuto da CBF na prorrogação do mandato de seus presidentes. Muitos presidentes prorrogaram o mandato, eu não, preferi disputar o pleito de 2009, Achei que seria mais ético (LIMA, 2004, p. 1).

Uma emenda pode intervir nas leis de instituições no país? De que autonomia estamos tratando? Quem representa quem? Um levantamento em 2014 demonstra o período nas federações estaduais:

MT – Carlos Orione – 37 anos, RR – José Gama – 37 anos, SC – Delfim Peixoto – 30 anos, AC – Antônio Aquino Lopes – 29 anos, MA – Alberto Ferreira – 24 anos, AM – Díssica Tomaz Valério – 23 anos, RO – Heitor Costa – 23 anos, SE – José Carivaldo de Sousa – 23 anos, PB – Rosilene de Araújo Gomes – 22 anos, TO – Leomar Quintanilha – 21 anos, ES – Marcus Vicente – 18 anos, PI – Lula Ferreira – 18 anos, PE – Carlos Alberto de Oliveira – 16 anos, MS – Francisco Cezário de Oliveira – 13 anos, PA – Antônio Carlos Nunes de Lima – 13 anos, BA – Ednaldo Rodrigues – 12 anos, SP – Marco Polo Del Nero – 12 anos (CASTRO, 2009, p. 1).

O conceito de federações esportivas que deveria ser órgão representativo dos interesses das associações, ligas e clubes está deformado. Há uma inversão de autoridade neste processo? Nem as leis dos países podem ser acionadas junto à Fifa, sob pena de suspensão e penas ao clube filiado.

Lembrando que a CBF promove cortesias para presidentes de federações com acompanhantes em viagens ao exterior para Londres nos Jogos Olímpicos de 2012. Verifiquem também as caravanas para a definição da candidatura do Brasil para a Copa do Mundo e a decisão dos locais para jogos de abertura.

O governador Agnelo Queiroz (PT) embarca com destino a Zurique, na Suíça, para acompanhar a reunião do Comitê Executivo da Federação Internacional de Futebol (Fifa) nos dias 20 e 21. Na pauta, a divulgação das cidades que vão abrir a Copa do Mundo de 2014 e a Copa das Confederações de 2013. Brasília, uma das sedes dos dois mundiais, está na disputa para ser escolhida como anfitriã das partidas de estreia. Vai a Zurique acompanhado do chefe de gabinete e secretário-executivo do Comitê Gestor da Copa, Cláudio Monteiro, e da secretária de Comunicação, Samanta Sallum, além dos deputados distritais Olair Francisco (PTdoB) e Israel Batista (PDT). Os governadores da Bahia, Jaques Wagner (PT), e de Minas Gerais, Antônio Anastasia (PSDB) também viajaram para a Suíça com a mesma intenção. Uma comitiva brasileira composta por políticos (entre eles o presidente Lula) e, 12 governadores estaduais, "oportunistas", letrados (Paulo Coelho) e ex-jogadores de futebol como Romário (CAMPOS, 2011, p. 1).

*Vejam que alguns destes se tornaram críticos após participarem diretamente do pleito, e outros tentaram descolar seus nomes posteriormente. João Havelange tem um histórico de eternização nas entidades por onde passou. Antes de assumir a Fifa, ele presidiu a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a época Confederação Brasileira de Desportos (CBD), por 17 anos, no período de 1958 a 1975. Depois na Fifa, ficou desde 1974 até 1998. Mesmo tendo que se afastar como presidente “de honra” depois das denúncias do recebimento de propina, mantém influência na entidade e na CBF.*

Por exemplo, Joana Havelange, neta de João Havelange e filha de Ricardo Teixeira (que foi presidente da CBF de 1989 até 2012 e se afastou alegando questões médicas coincidentemente depois das denúncias pela justiça suíça como beneficiários de cerca de R\$ 29,4 milhões em comissões da extinta agência de marketing da Fifa, a ISL, entre 1992 e 1997, com Havelange no caso) foi diretora do Comitê Organizador Local da Copa do Mundo (COL). Ela postou no *Instagram* uma mensagem dizendo que, em relação à Copa, “o que tinha pra ser roubado já foi”. *Interessante ou importante?*

Assim acontece em alguns sindicados “pelegos”, associações “coniventes”, “falsos” partidos (legendas de aluguel) Nas eleições de 2014 no RN tiveram representantes ligados ao futebol:

*Parlamentares com atuação direta no futebol potiguar garantiram reeleição para a Assembleia Legislativa, o atual presidente do América FC, Gustavo Carvalho (condenado pela Justiça Federal do Rio Grande do Norte que se deu por improbidade administrativa na construção da Ponte de Todos, Newton Navarro) e outro ex-presidente do América FC Hermano Morais, respectivamente. Luis Antonio Tomba, ex-presidente de do SC Santa Cruz e Disson Lisboa, ex-prefeito de Goianinha (foi condenado pelo TJ e poderá ficar impedido de ser empossado deputado estadual) em sua gestão foi construído o estádio Nazarenão. Álvaro Dias foi presidente do Corinthians de Caicó e participou na campanha do Galo ao primeiro título Estadual do interior. Para a Câmara Federal,*

foi eleito o vice-presidente administrativo e financeiro do ABC FC, Rogério Marinho (SANTOS, 2014, p. 1).

São parlamentares que podem propor legislação e apoio ao futebol, em parceria com os clubes e ligas. A modalidade como fonte geradora de empregos, de impostos e que precisa de regulamentações como as propostas pelo Bom Senso FC, formada por grupo de jogadores que tentam intervir de forma fundamentada reflexões junto á CBF e Ministério do Esporte. Muitos dirigentes de clubes não tem interesse neste debate.

A comunicação de massas oculta o processo criador gerando uma série de produtos e serviços para consumo no mercado. Indústria Cultural separa por valores (gerando elites culturais e “massas”) ilusão de livre escolha no supermercado. Nos programas de rádio, tv e jornais que, seleciona o que os grupos sociais devem ouvir, ver ou ler? Quais interesses (políticos e econômicos) destas empresas? Para vender usa de artifícios para convencer e formar um senso comum cristalizado.

Na “Civilização do Espetáculo” de Vargas Llosa existe a possibilidade de estender a cultura a toda a sociedade, por intermédio do processo educacional. A transmissão da cultura se dá por meio da família. Muitos dos espaços, meios e manifestações considerados como “culturais” estão se transformando na “quebra” da instituição familiar e tradições (veja-se, por exemplo, muitas temáticas das telenovelas, de alguns os filmes, a produção literária de autoajuda, parte do jornalismo etc.).

Chauí (2009, p. 46-47) descreve cultura como processo de criação:

O que é uma relação nova com a cultura, na qual a consideramos como processo de criação? É entendê-la como trabalho. Trata-la como trabalho da inteligência, da sensibilidade, da imaginação, da reflexão, da experiência e do debate, e como trabalho no interior do tempo, é pensá-la como instituição social, portanto, determinada pelas condições materiais e históricas de sua realização.

A autora que defende uma prática política socialista defende que o direito à participação nas decisões de política cultural é o direito dos cidadãos de intervir na definição de diretrizes culturais e dos orçamentos públicos, a fim de garantir tanto o acesso quanto à produção de cultura pelos cidadãos. E conclui:

Dizemos, então, que uma sociedade – e não um simples regime de governo – é democrática quando, além de eleições, partidos políticos, divisão dos três poderes da república, respeito à vontade da maioria e das minorias, institui algo mais profundo, que é condição do próprio regime político, ou seja, quando institui direitos e que essa instituição é uma criação social, de tal maneira que a atividade democrática social realiza-se como um contra poder social que determina, dirige, controla e modifica a ação estatal e o poder dos governantes (CHAUÍ, 2009, p. 56-57).

Mas, seriam somente os fatores da diluição do conceito de cultura, da mudança dos valores das famílias e a mercantilização da religião os motivos de uma deterioração cultural contemporânea? A questão parece mais complexa e passa necessariamente pelo novo dinamismo e pelos novos hábitos e costumes propiciados pela tecnologia que pode ser prejudicial à saúde cultural.

Hannah Arendt apontou a transmutação da cultura sob os imperativos da comunicação de massa, isto é, a transformação do trabalho cultural, das obras de pensamento e das obras de arte, dos atos cívicos e religiosos e das festas em entretenimento. Evidentemente, escreve ela, os seres humanos necessitam vitalmente do lazer e do entretenimento. Seja, como mostrou Marx, para que a força de trabalho aumente sua produtividade, graças ao descanso, seja, como mostram estudiosos marxistas, para que o controle social e a dominação se perpetuem por meio da alienação, seja, como assinala Arendt, por que o lazer e o entretenimento são exigências vitais do metabolismo humano. Ninguém há de ser contrário ao entretenimento, ainda que possa ser crítico das modalidades do entretenimento que entretêm a dominação social e política (CHAUÍ, 2009, p. 36-37).

A comunicação está se subordinando cada vez mais à imagem, mudando a tradição cultural sustentada no “discurso falado, lembrado e escrito”.

Um belo exemplo são as notícias esportivas na capital potiguar ao referenciar a permanência ou saídas de atletas dos times da capital como indução de uma leitura que induz o leitor torcedor.

Comentários que procuram induzir e coloca uma opinião pessoal generalizando-a, envolve torcedores “mais fanáticos, intolerantes e menos esclarecidos”, podendo gerar revoltas e reclamações em estádios e campos de treinos contra o profissional, seria um texto adequado? Quais critérios foram explicitados para a uma análise e avaliação?

Utilização de termos de guerra e intolerância como vingança, como se uma derrota numa disputa esportiva tivesse que ser devolvida, mesmo que fosse por outro conterrâneo, infeliz expressão de cultura de violência e incitação de violência tratando-se o esporte como “guerra”. Termos como comandante, capitão, coração na ponta da chuteira, guerreiros, batalha foram tratados em 2008 num programa da TV Universitária, Grandes Temas “Esporte espetáculo ou guerra?” mediado por Rogério Cruz.

Mas, a mesma TV – pioneira no estado do RN – na atual gestão da superintendência de comunicação retirou, do ar um programa semanal dedicado ao esporte, bem como comentários semanais produzidos pelo grupo Ciências no futebol – desde 2002. Inexplicável para o momento que o país é sede dos dois maiores megaeventos esportivos do planeta: Copa do Mundo Fifa 2014 e Jogos Olímpicos de Verão do Rio de Janeiro 2016. Neste último caso, nem interessante.

A obra de Frédéric Martel (“Mainstream”) demonstra o que se poderia chamar de uma “cultura do entretenimento”, a qual substitui o que se compreendia por cultura:

O autor retoma em seguida uma das grandes origens e causas dessa nova civilização do espetáculo, que é a pretensa “democratização da cultura”. Esse movimento nasce com boas intenções que se resumem na conclusão de que a cultura não devia ser privilégio de uma elite; de que em uma sociedade democrática e liberal haveria a obrigação de disponibilizar a cultura a todos igualmente. E o veículo para tanto seria a educação, assim como a promoção e a subvenção “das artes, das letras e das demais manifestações culturais”. Entretanto, essas belas intenções geraram o efeito da trivialização e mediocrização da “vida cultural”, já que se fazia necessário facilitar e tornar superficial o conteúdo dos produtos e atividades culturais, sob pena de que estes não chegassem realmente à maioria iletrada ou semiletrada. Primou-se pela “quantidade em detrimento da qualidade”. A partir da instalação desse estado de coisas, o populismo e a demagogia tratam de perpetuar o sistema, causando o dismantelamento da alta cultura e seu confinamento a nichos diminutos. A acepção da palavra “cultura” passa ser aquela preconizada pela antropologia que nivela todas as manifestações de uma comunidade qualquer, entendendo como preconceituosa qualquer escala valorativa ou hierárquica. No momento em que a ideia de cultura passa a abranger tanta coisa (usos, costumes, crenças primitivas, folclore, danças, remédios caseiros, roupas etc.) e a não fazer uma distinção entre níveis e valores, nada impede que se converta em mero entretenimento, um jeito agradável de passar o tempo. Note-se que não há problema algum em que a cultura também seja uma forma agradável de passar o tempo. Na verdade, somente sabendo apreciar, por exemplo, uma boa literatura é que se pode desfrutar do prazer que esta enseja. O problema está em tornar a cultura somente entretenimento ou passa-tempo. É o reducionismo cultural que paradoxalmente se produz com a ampliação do conceito de cultura que é problemático. Esse reducionismo e pulverização concomitantes depreciam e desnaturam a cultura. Dessa forma, “uma ópera de Verdi, a filosofia de Kant, um show dos Rolling Stones ou uma apresentação do Cirque Du Soleil se equivalem” (MARTEL, 2012, p. 30-31).

Para Michel Henry (*A Barbárie*), a televisão é a manifestação por excelência da barbárie que conforma o reducionismo técnico de nossos dias. Ela simplesmente “afoga o espectador em um fluxo de imagens”, onde o tempo para a reflexão é

substituído pela sedução de cores e movimentos. O problema da atualidade pode ser a sobreposição das espetacularização dos esportes em relação à atividade intelectual.

A elitização do público nos estádios está em processo, o que no nosso país, já foi o “esporte das multidões” com 200 mil pessoas amontoadas no maior estádio do mundo, transformou-se em 83 mil lugares com diferentes níveis de conforto, desde cadeiras de plástico reclináveis (ingressos R\$80,00); lugares com preços mais altos terão acentos com braços e acolchoamento. Os camarotes serão pretos, com poltronas revestidas em couro nos camarotes refrigerados frequentados por quem talvez não saiba sequer o que esteja acontecendo no gramado e o que significa o evento. Nos estádios as classes socioeconômicas ficam bem caracterizadas nos locais de melhor visibilidade, maior conforto e segurança, são categorizados com preços distintos. Na recente Copa do Mundo do Brasil tivemos preços variando nas primeiras fases entre R\$30,00 para estudantes/idosos/bolsa família até R\$ 1.980,00 na final. Para estrangeiros o preço mínimo foi U\$90,00 e na final U\$ 220,00.

Os direitos de imagem e exclusividades geram um mercado enorme. Sugerimos, assim como nos jogos olímpicos, que todos participem de grupos com liberdade e autonomia para repudiar e não consumir nada dessas empresas, especialmente das que trazem prejuízos à saúde ou ao meio ambiente, em Londres 2012 houve pressão contra: *Coca-Cola e McDonald's*: Restrição à publicidade de refeições não saudáveis tipo *fast-food*. *BP, Dow Chemical e Rio Tinto*: envolvidas em graves acidentes ambientais.

Verifiquem se as patrocinadoras e apoiadoras dos eventos, esportivos ou não, devem ser respeitadas pela qualidade do produto e a finalidade dele. Refrigerantes e bebidas alcoólicas deveriam estar relacionadas aos esportes?

Que tipo de associação pretendem os comerciantes com as propagandas? Empresas que mantêm crianças em países

como Tailândia trabalhando para confecção de produtos (ver denúncia OIT e Unicef sobre práticas da empresa Nike). Essa situação de trabalho escravo infantil se aplica a outras marcas: Adidas, Puma, Mizuno, All Star e a gaúcha Penalty, que tem bolas fabricadas no Paquistão.

Você pode estar consumindo um produto feito por mãos semiescravas, e o pior: grande possibilidade ser uma criança. Importante ou interessante esta notícia? Qual a visibilidade dela nos canais de mídia?

Poderia haver proibições à indústria das bebidas, farmacêutica e voltadas às crianças, concordam? E uma rejeição enorme aos indivíduos (artistas, atletas, cantores, pessoas públicas) que se prestam a ludibriar indivíduos vulneráveis ao consumismo. A decisão, portanto, é nossa. Entendemos que o que é bom não precisa de propaganda e marketing, devíamos evitar todos da lista de patrocinadores da Copa 2014 Para sua análise com a família, amigos e esportistas em geral eis os parceiros da Fifa: Adidas, Coca-Cola, Hyundai-Kiamotors, Emirates, Sony e Visa. Patrocinadores da Copa do Mundo da Fifa: Budweiser, Castrol, Contisoccerworld, Jnj, McDonalds, Moypark, Oi, Yinglisolar. Apoiadores nacionais: Apexbrasil, Centauro, Garoto, Itaú, Libertyseguros e Wiseup. E os 14 patrocinadores que enriquecem a CBF, enquanto os clubes estão falidos e endividados (por culpa de má gestão e falta de marco regulatório) usando a imagem da Seleção Brasileira de Futebol, são: Nike, Vivo, Ambev, Itaú, Sadia, Volkswagen, Gillette, Nestlé, Extra, Gol, Mastercard, Unimed, Samsung, EF Englishtown.

Percebam que muitas empresas são concorrentes inclusive com a Fifa, por que será? Vamos tentar entender? Quem sabe grupos de estudos surgem para nos esclarecer!

Quando a informação, que é inclusive no campo jurídico um direito fundamental do indivíduo, é convertida em entretenimento, passa-se a tentar legitimar como Jornalismo tudo

aquilo que interessa ao sensacionalismo. Escândalos, “factoides”, deslealdades, invasões de privacidade, difamações, calúnias e desinformação.

Qual a credibilidade de um Jornalismo com uma fonte fidedigna de obtenção de informação. Mas, se dominado por poucos, que receberam as concessões públicas como “moeda de troca” de apoios convenientes, como lhes dar ouvidos? A quem interessam as análises e enfoques? Seria ao público em geral ou a preservação do sistema que os mantém no poder? Alguns dos critérios para definir a importância das notícias são: novidade e atualidade, são elementos que fazem com que um acontecimento mereça destaque num dia e no dia seguinte seja ignorado. Como às vezes é bom considerar a harmonia global da matéria, nem sempre o que é essencial é veiculado.

Qual o critério para a composição do Comitê Organizador local (COL) brasileiro? Foram criados cargos com pagamentos superiores aos servidores públicos e os critérios não foram por concurso público ou reconhecida competência nas funções. O que os ex-jogadores Ronaldo e Bebeto já tinham demonstrado em gestão de futebol para estarem no grupo? Porque houve acúmulo de cargo do próprio presidente da CBF e no COL? Porque a mídia brasileira não questionou essas indicações, serão “falsos” jornalistas, apenas divulgam o que o merchandising da empresa determina, nunca contra grandes patrocinadores que são grandes corporações? Ficamos muito distantes do processo democrático mais elementar, o participativo.

Segundo a Prefeitura do Natal, a cidade ganhou uma mídia espontânea importante com o megaevento. Mais 3.500 profissionais de 180 empresas de canais de televisão, rádio, internet, jornais e revistas do mundo inteiro passaram pela cidade para fazer a cobertura dos jogos. O direito de imagem deveria ter sido liberado para TVs públicas? Democratização da imagem também para cidades-sede em caso de ingressos esgotados? Porque a superintendência de Comunicação da UFRN

tirou do ar um programa tradicional como o TVU Esportes, no período que antecedeu a Copa?

O papel da mídia eletrônica e impressa é apresentar apenas as versões dos fatos que interessam ao “oligopólio” que pertence a poucas e milionárias famílias. São concessões públicas defendendo a interesses privados? Quando se procura estabelecer limites – que existem na maioria dos países democráticos – alegam censura de conteúdo e à liberdade de expressão – eliminando a possibilidade do debate da realidade na diversidade, uma das principais riquezas culturais de uma sociedade. Importante?

Na *República* de Platão sem uma classe dotada de uma certa cultura democrática a tendência pode ter consequências para uma tirania. Se já não existem pessoas cultas e sem representatividade política, qualquer manobra antidemocrática pode ser dominante. Qualquer paralelo a poderes que legislam em causa própria não é mera coincidência: por acaso tivemos um ex-professor doutor universitário uspiano que promoveu sua própria reeleição? Aliás, a reeleição gerou nos sindicatos de servidores públicos, funcionários ou professores, uma “profissionalização” de alguns que também se mantêm no poder por mecanismos legais, mas talvez não legítimos, afinal foram contratados como técnico-administrativos ou educadores pesquisadores, seria isto caracterizado como desvio de função? Quem os controla? O Ministério público?

Todas tvs são (ou deveriam ser) concessões públicas e precisam ser revistas, garantindo a diversidade. E a alternância? Legislação do jornalismo foi retirada e qualquer tentativa de regulamentação é considerada pelos atuais “donos” como golpe. Fascínio pelo poder – Doutor visto como superior (substituto imaginário dos títulos da nobreza). Cristaliza a desigualdade entre homens e mulheres, brancos e negros, patrões e empregados, elevadores sociais e de serviços, banheiro dos gestores/professores e dos alunos, carro com ar-condicionado e motorista

para alguns cargos públicos enquanto alunos se amontoam nos ônibus e circulares na UFRN.

Marshall McLuhan, há mais de quinhentos anos já avisava que “os meios não são nunca meros veículos de um conteúdo, que eles exercem uma influência subliminar sobre este, e que, no longo prazo, modificam nossa maneira de pensar e agir”. E Michel Henry, decreta: “A era da informática será a era dos cretinos”. Destaca a conversão do desejo de permanência nas obras culturais em uma satisfação com a brevidade do passageiro e superficial na “cultura do entretenimento”, com a consequente decadência:

Afogada no fluxo de produtos fabricados em série, de sua publicidade degradante, das imagens televisivas se sucedendo sem interrupção e destinadas ao desaparecimento imediato, ‘livros’ escritos não mais pelos escritores ou pensadores, cientistas ou artistas, mas por apresentadores de televisão, políticos, cantores, gângsteres, prostitutas, campeões de todos os esportes e aventureiros de todo gênero, a obra de arte não realiza mais sua própria promoção, ela deixou, precisamente, de ser o médium. Ela tem necessidade de novas mídias, do substituo audiovisual – que não obtém jamais (MARTEL, 2012, p. 40).

Transformação da arte expressiva em repetitiva e reprodutiva. O novo é transformado em modismo passageiro sem passado nem futuro, apenas para consumo. Até as guerras e a violência urbana com suas tragédias se tornaram espetáculo televisivo. Cultura como produção e criação da linguagem, da sexualidade, dos instrumentos e formas de trabalho, dos modos de habitação, vestuário e culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais e familiares, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte. Cultura do homem na criação de regras, costumes, práticas, definições e ética.

Se Cultura é ação de pensar, ver e imaginar situações vividas que se transformam em obras conhecidas, profundas

de um contexto social, é direito do cidadão ter acesso e fazer as obras culturais.

A Ideologia determina que o lugar a partir do qual a cultura se legitima é na exploração econômica, na dominação política e na exclusão social.

Desigualdade entre homens e mulheres, brancos e negros, patrões e empregados, elevadores de serviço diferente dos proprietários, vagas reservadas em ruas públicas, diferenças dos banheiros da chefias/professores dos alunos, carro com motorista para alguns cargos e para alunos e servidores em ônibus circular. Seria importante levantar temáticas e reflexões á respeito para ampliar o diálogo, buscar caminhos igualitários e atenuar intransigências ou intolerâncias? Cultura ou ideologias?

Partimos da premissa do que é Interessante... E o que é Importante? Descrita numa proporção estatística de imagens segundo os conceitos de Lorenzo Gomis e Muñoz Torres. Importante (é o que todos devemos saber) e Interessantes (aquilo que é agradável conhecer). Num levantamento das reportagens no período de 2007 até 2014, verificamos os textos abaixo na perspectiva dos impactos e principalmente legados.

Megaeventos esportivos para Hall (1992) se destinam a atrair turistas, mas também: são uma maneira de mostrar as potencialidades locais e características culturais, de melhorar a reputação de uma cidade além de seus limites e de demonstrar orgulho cívico e capacidade de mobilizar recursos.

O Ministério do Esporte apresentou que os impactos econômicos potenciais resultantes da realização da Copa do Mundo poderiam chegar a R\$ 183,2 bilhões, dos quais R\$ 47,5 bilhões (26%) seriam diretos e R\$ 135,7 bilhões indiretos (74%).

Os benefícios econômicos diretos da Copa do Mundo poderão ser resultado do crescimento/incremento contabilizados em cada uma das variáveis de cálculo do PIB, já considerando os efeitos de importações: investimentos em infraestrutura: R\$

33 bilhões: segundo revista *Placar* os gastos com a Copa do Mundo atingiram: R\$ 25,6 bilhões, sendo 83,6% dos cofres públicos. Já segundo o Portal 2014 Ministério do Esporte/BRASIL: a maioria das obras de mobilidade urbana e de aeroportos não foram entregues. Turismo incremental: R\$ 9,4 bilhões, geração de empregos: 330 mil permanentes e 380 mil temporários, aumento no consumo das famílias: R\$ 5 bilhões, arrecadação de tributos: R\$ 16,8 bilhões.

Visibilidade internacional com Turismo e Infraestrutura para mudança na imagem brasileira no exterior: fortalecimento da imagem de país alegre e receptivo, adição de novos atributos à imagem brasileira: competência, organização e desenvolvimento, maior exposição de produtos e serviços, sobretudo daqueles nos quais o Brasil tenha vantagens competitivas, implementação e divulgação de tecnologias verdes (combustíveis, construção etc.), maior aproveitamento do potencial turístico do Brasil (número de turistas hoje é semelhante ao da Argentina e 1/4 do México), divulgação de atrações turísticas regionais e ampliação do turismo interno, sobretudo de destinos hoje pouco explorados, salto de qualidade dos serviços ligados ao setor (hotelaria, alimentação, táxis etc.), melhoria da qualidade de serviços/qualidade de vida para a população, tecnologias modernas de transportes, maior conforto dos estádios, plataforma para ganhos de produtividade no setor privado, criação de novos polos/vetores de desenvolvimento.

Aperfeiçoamento institucional: aprimoramento dos controles da gestão pública, ampliação da integração entre as regiões do país e fortalecimento do orgulho da nação (de ser brasileiro).

## Prazos e credibilidade

Brasil foi anunciado em 30 de outubro de 2007 como sede da Copa do Mundo Fifa de 2014, 7 anos se passaram e promessas de legados não foram cumpridos. Teria sido um prazo muito curto para a realização das obras?

A finalização dos acessos ao *Aeroporto Internacional de São Gonçalo do Amarante*, que contempla obras fundamentais para amenizar o problema de trânsito e modernizar o complexo viário em volta do terminal de passageiros, continua em xeque, sem data para ser concluída.

*Na manhã desta segunda-feira (25) o Jornal de Hoje percorreu os acessos e viu que muito serviço ainda precisa ser feito. A construção de um viaduto no anel viário da Via Metropolitana, que interligará as BRs 406 (sentido Ceará-Mirim), 304 (Macaíba) e a estadual RN - 160 (São Gonçalo do Amarante), foi interrompida pela metade, quando os pilares centrais do viaduto começaram a ser erguidos. O Departamento de Estradas de Rodagem do Rio Grande do Norte (DER-RN) não informava o estágio das obras. Através da assessoria de imprensa, o diretor do órgão, Demétrio Torres, disse que não tinha disponibilidade para repassar as informações, prática comum do auxiliar da governadora Rosalba Ciarlini desde o início da sua administração. Para chegar ao novo aeroporto internacional do Rio Grande do Norte, o caminho mais indicado é pela BR-406. Com as obras da duplicação e do viaduto no local - que deveriam ficar prontas antes do início da Copa do Mundo - o motorista precisa dar uma volta no anel viário para entrar à esquerda na via. O acesso Norte está sinalizado e iluminado até a entrada do terminal (SOUZA, 2014, p. 1).*

O Aeroporto Internacional em São Gonçalo do Amarante é o primeiro do país a ser concedido inteiramente ao setor privado. O Consórcio Inframérica, formado pelo grupo *Engevix* e pelo argentino *Corporación America*, venceu o leilão que concedeu ao grupo o direito de construir, manter e explorar o novo aeroporto do RN. O lance pago pelo consórcio no leilão, em agosto de 2011, foi de R\$ 170 milhões.

A Matriz de Responsabilidades chegou a trazer uma lista de 51 projetos de mobilidade urbana que deveriam estar prontos até o início da Copa, mas ao final ficaram apenas 35 obras na relação. Destas, de 31 que contam com recursos da Caixa, apenas uma estava 100% concluída, de acordo com o TCU. Outras

cinco (16% do total) ainda não haviam começado até o início de janeiro de 2014, e 13 delas (42% do total) estavam com menos de 50% do cronograma financeiro executado. Excluindo as obras que os governos já desistiram de entregar e foram retiradas do documento, a execução do legado de mobilidade urbana da Copa está em 56,2%, de acordo com o TCU. Se acrescentarmos as iniciativas excluídas, essa relação cai para menos de 50%.

Dos R\$ 200,1 milhões de investimentos previstos pela Telebras, apenas 38% foi executado até o início do ano de 2014. Dos R\$ 171 milhões de orçamento da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), apenas 39% foi desembolsado.

Uma obra foi entregue, a do porto de Recife, dentre sete projetos previstos. A do porto do Rio de Janeiro acabou excluída da Copa e a expectativa é que fique pronto a tempo para Jogos Olímpicos de 2016. Em Manaus, a obra está com 4,4% de execução e não ficou concluída a tempo da Copa. O terminal de Natal ficou pronto depois da Copa.

O Ministério Público Federal no Rio Grande do Norte instaurou procedimento para investigar a cobrança indevida de tarifas de embarque no aeroporto de São Gonçalo do Amarante. As empresas aéreas que operam no local foram oficiadas para cessarem a cobrança, uma vez que as regras de concessão do aeroporto preveem que esse pagamento não deverá ser exigido dos passageiros até todos os itens referentes à infraestrutura aeroportuária do terminal, previstos no contrato, serem finalizados. A maior parte das medidas determinadas pelo MPF e acatadas pela Inframérica:

Apenas os prazos para construção dos banheiros dos trabalhadores do Posto Médico e das obras definitivas do sistema de tratamento de água tiveram de ser, justificadamente, prorrogados por mais 60 dias. Nesse último caso, o sistema provisório de tratamento vem operando normalmente e a qualidade da água consumida está sendo analisada quinzenalmente. Os relatórios de análise serão todos encaminhados ao MPF (O GLOBO, 2014, p. 1).

O consórcio Inframérica, dono das concessões dos aeroportos de Brasília e de São Gonçalo do Amarante, no Rio Grande do Norte, enfrenta problemas financeiros e está inadimplente com alguns fornecedores das obras. A empresa diz que o problema se deve a um ajuste no cronograma de obras dos aeroportos, que consumiu mais recursos do que o projetado no fluxo financeiro da companhia, mas que já está renegociando as dívidas com os fornecedores. Um grupo de 32 empresas do Rio Grande do Norte formou um fórum de credores. A dívida delas soma R\$ 70 milhões em pagamentos atrasados referentes a serviços prestados para a reforma em São Gonçalo do Amarante.

Legado TRAIÇÃO: Fechamento do aeroporto Augusto Severo gera reclamações no RN, foi desativado e devolvido à Força Aérea Brasileira (FAB). Sugere-se a manutenção de voos no aeroporto que foi remodelado e ampliado, foi considerado um dos melhores das cidades sede nas avaliações da INFRAERO. A Prefeitura de Parnamirim e Estado do RN omitiram, pois num primeiro momento as obras de prolongamento da Avenida Prudente de Moraes foram aprovadas para melhorar o fluxo. A pequena distância e fácil acesso do aeroporto à rede hoteleira e estádio foram outros indicadores fundamentais para a escolha como cidade-sede. E o novo aeroporto seria um terminal de cargas, pela localização próxima aos outros continentes e o primeiro em forma de parceria público-privada do país.

Entender o esporte como fenômeno social é admitir o princípio de que ele pode ser fator de desenvolvimento em qualquer nação e que o mesmo tem o compromisso de gerar LEGADOS para o progresso humano.

## **Matriz de avaliação dos legados**

Na proposta de Preuss (BECHARA, 2008) diferentes indicadores devem ser avaliados e para cada é estabelecido arbitrariamente um peso para uma classificação final geral. Essa

atribuição de peso é para buscar uma visão do legado em sua totalidade, em relação à sociedade o qual foi produzido. São eles:

Infraestrutura urbanística: média conseguida x 10 = 0 a 40 pontos;

Legado Econômico: média conseguida x 9 = 0 a 36 pontos;

Legado Social: média conseguida x 8 = 0 a 32 pontos;

Legado Educacional: média conseguida x 7 = 0 a 28 pontos;

Legado Ambiental: média conseguida x 6 = 0 a 24 pontos;

Legado Esportivo: média conseguida x 5 = 0 a 20 pontos;

Legado Cultural: média conseguida x 4 = 0 a 16 pontos;

Turismo e Hospitalidade: média conseguida x 3 = 0 a 12 pontos;

Legado Político: média conseguida x 2 = 0 a 8 pontos;

Conhecimento e Tecnologia: média conseguida x 1 = 0 a 4 pontos (BECHARA, 2008, p. 260).

O somatório máximo nesses 10 legados é de 220 pontos vejamos a classificação abaixo:

Até 50% (até 110 pontos) = Legado considerado como Ruim.  
De 51% até 65% (111 a 143 pontos) = Legado Satisfatório.  
De 66% até 80% (144 a 176 pontos) = Legado Bom. De 81% para cima (177 pontos em diante) = legado Excelente (BECHARA, 2008, p. 261).

Estudos e levantamentos de dados estão sendo feitos, mas a falta de transparência dificulta ou até impossibilitam a avaliação final segundo esta e outras matrizes.

## Legado social e econômico

Fifa (Federação Internacional de Futebol) e as empresas parceiras da entidade ficaram livres do pagamento de impostos na realização da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo de 2014, já os trabalhadores brasileiros que prestarem serviço na organização desses eventos não terão o mesmo tratamento. Quem for contratado, além de ter que recolher

normalmente sua parte, inclusive do imposto de renda, ainda foi obrigado a pagar uma parte do imposto que caberia à entidade máxima do futebol ou suas parceiras.

De acordo com a Receita Federal, normalmente um trabalhador autônomo no Brasil paga 11% sobre o salário de contribuição ao INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social), com uma contrapartida de 20% paga pelo empregador. Como no caso em questão os empregadores estão isentos da cobrança de qualquer imposto, o governo cobrará uma alíquota de 20% do trabalhador ao invés dos tradicionais 11%, como prevê a legislação brasileira. A isenção fiscal para a Fifa e suas parceiras está prevista na *Lei Geral da Copa* (denunciada como perda de soberania por juristas) e foi uma exigência da entidade para realizar os torneios no Brasil. Outros países que receberam o evento se submetem às mesmas condições.

Comitê Popular da Copa de Natal e da Associação Potiguar dos Atingidos Pela Copa (APAC) comemoraram: SEMOPI (Secretaria Municipal de Obras Públicas e Infraestrutura), de Natal, promete poupar 80% das famílias que já haviam recebido *ofícios de desapropriação por estarem “no caminho” de obras na avenida Capitão-Mor Gouveia* – parte do projeto de Mobilidade Urbana de Natal, uma das cidades-sede da Copa de 2014. O novo traçado para a avenida, na zona oeste da cidade, foi apresentado pela Secretaria Municipal de Obras, Assim, em vez de 213 (número já reduzido de um original de 250) desapropriações, o número baixaria para 43 moradias.

Pela proposta, as avenidas Capitão-Mor Gouveia e Jerônimo Câmara se tornariam vias de mão única e substituiriam o Corredor Estruturante, que previa alargar as avenidas Felizardo Moura, João Francisco da Mota e a própria Capitão-Mor Gouveia, a fim de integrar as zonas Norte e Oeste da cidade, facilitando o acesso ao estádio.

## Legado esportivo

Panorama atual do Futebol Brasileiro (PLURI, 2014, p.1):

Calendário ruim; baixa qualidade dos jogos; queda na formação de talentos; violência e insegurança; ambiente institucional antinegócios; mercado inflacionado; clubes insolventes; estádios vazios. Perda de importância relativa no Futebol Internacional.

Dirigentes não qualificados e com atuação não voltada à gestão, ineficiência na tomada de decisões e pouca produtividade, pouca participação das grandes empresas nos negócios envolvendo o campeonato, redução das fontes de recursos, da capacidade de investimento e resultados negativos dentro de campo.

Aumento dos custos (e não dos investimentos) com o futebol, com contratações e jogadores sem identidade com os clubes, perda de fonte de recursos com venda de atletas. Falta de calendário anual, impossibilidade de manter times competitivos, perda de receitas e dificuldades para estabelecer parcerias de negócios.

Soluções propostas: 1 e 2. Controlar os prejuízos dos clubes, não apenas salários e tributos. 3. Punição esportiva e Responsabilização objetiva dos dirigentes. 4. Forçar a profissionalização (estruturas executivas); 5. Reforma do calendário; 6. Implantar modelo transparente de distribuição de cotas de TV; 7. Criar ambiente favorável a investimentos (mudança de regulamentação); 8. Implantar liga profissional.

## Legado turismo, hospitalidade e cultural

Infelizmente o número de espaços de mostras culturais, concertos, eventos musicais e dança, museus, teatros, bibliotecas na região? Total possível de audiência?

Enfim, houve a Copa com segurança no país, sem as ameaças que assustaram durante a Copa das Confederações em 2013, e que eram temidas pelo descontrole das passeatas e

reinvidicações pela infiltração de grupos “radicais” como os *black blocs* nas manifestações legítimas dos movimentos sociais.

A presença de turistas europeus foi menor que o previsto, levando a desistência de reservas de leitos em Natal/RN a 5 meses do megaevento. México (11,9%), Estados Unidos (11,1%) e Japão (10,3%) foram os países que mais enviaram visitantes para Natal. Confirmaram a hospitalidade e a alegria do povo brasileiro e pretendem voltar.

Os cerca de 180 mil turistas estrangeiros e nacionais que ficaram em média cinco dias em Natal no período de 12 a 25 de junho, durante os jogos da Copa do Mundo, injetaram cerca de R\$ 333,74 milhões na economia. A grande maioria deles (69,6%) veio pela primeira vez à cidade e pretende voltar em outra oportunidade (69,2%). Os números integram a pesquisa *Perfil dos turistas presentes em Natal durante a Copa*, realizada pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), ligado à Fecomércio-RN. O perfil dos visitantes foi de pessoas com idade entre 35 e 59 anos (49,4%), que vieram com as famílias (46,4%) e de alta renda familiar (entre 7 e 15 mil mensal) – 47,4%. Já entre os turistas nacionais, os paulistas (8,9%), cariocas (6,3%), pernambucanos (2,9%) e paraibanos (2,8%) aqui estiveram.

Perda de oportunidade inaceitável, pois foram oferecidas poucas atrações para o conhecimento da cultura regional e local durante o período, conforme sítios oficiais das secretarias municipal e estadual. A *FanFest*, levou pouco público ao espaço, com dias suspensos (alegação foi a quantidade de chuva nos primeiros dias) e que também pouco teve haver com a identidade cultural da região com altos custos para o município.

A credibilidade internacional do país, ameaçada pelos atrasos no cronograma em visitas de inspeção anteriores, foi recuperado em parte, pois os estádios foram entregues (mesmo parcialmente), a mobilidade urbana funcionou razoavelmente (aerportos de Fortaleza, Natal, Belo Horizonte, São Paulo,

Brasília, Rio de Janeiro também não foram totalmente concluídos, atenderam de forma razoável pela expectativa negativa gerada).

A credibilidade nacional de gestão esportiva foi totalmente perdida inicialmente com a prorrogação do próprio mandato dos presidentes de federações estaduais capitaneadas pela CBF em benefício próprio. O acúmulo de função autodeterminada pela direção da CBF como o Comitê Organizador Local (COL) – prática condenável e autoritária – e que não colocou o maior futebolista de expressão como França fez com Michel Platini e Alemanha com Franz Beckenbauer, no caso brasileiro nenhuma dúvida e o mundo esportivo esperava Pelé – Edson Arantes do Nascimento – no cargo (foi designado anteriormente, mas depois desconvidado de forma inexplicada).

A credibilidade regional foi contestada, pois os designados para as SECOPAs estaduais (acúmulo de cargos sem envolvimento com o esporte e sua complexidade). Esportistas estudiosos com princípios de gestão pública são necessários e importantes.

Uma das maiores perdas foi a falta de democratização do processo. Desde a não consulta pública aos moradores das cidades e do país – já que nenhum previa em suas prioridades quando se candidatou a realização de megaeventos esportivos – com estudos consistentes de impactos e fontes de recursos para evitar o já enorme endividamento que limita as possibilidades dos gestores pelos mais 30 anos. Nossos netos talvez venham a nos condenar pela omissão e eleição destes representantes!

No âmbito municipal, a área sempre foi dirigida por indivíduos que nunca se envolveram com o esporte, nem na formação básica nem como gestores públicos. Tivemos a importação de um ex-árbitro – dublê de gestor por oportunismo – que sequer conhecia a cidade e trouxe péssimas consequências, ações apenas de marketing pessoal, que em nada acrescentaram à população natalense, pouco durou, mas nos envergonhou.

Em termos políticos não foi aproveitada a oportunidade para uma integração e identidade pan-americana e em especial latino-americana, sendo transferida pela “pobre e falsa” mídia “sensacionalista” como rivalidades que se refletiram em alguns episódios lamentáveis: 1 – o hino da seleção chilena foi vaiado no jogo em Belo Horizonte/MG, clima instigado pelo treinador e sua comissão técnica brasileira que levou a ser um dos jogos com maior número de faltas de toda a Copa e culminando com a agressão do péssimo duble de segurança no cargo de assessor de imprensa que agrediu um jogador chileno no intervalo de jogo (recebeu uma punição de apenas um jogo – com a omissão da direção da CBF nem sequer um pedido de desculpas público); 2 – na partida contra a Colômbia se repetiu o clima de “guerra”, sendo que apenas um jogador brasileiro cometeu 10 faltas (metade de todo o jogo Alemanha e França), e sequer foi advertido com cartão amarelo, pois a recomendação da direção da Fifa (absurda e irresponsável, estimuladora de antijogo) era que não fossem retirados jogadores por questões disciplinares, transformando-se na partida com maior número de faltas (54) da Copa.

## Legado ambiental e tecnológico

Em termos ambientais tivemos avanços com o exemplo da construção do estádio que receberam certificação pelos indicadores de sustentabilidade. O de Natal (RN) foi construído com base em estratégias sustentáveis, como por exemplo, o reuso da água e aproveitamento de energia solar. O projeto também foi vencedor do 6º Prêmio de Arquitetura Corporativa na categoria Obra Pública.

O *US Green Building Council* anunciou a certificação LEED concedida à estádios no Brasil: Maracanã (*Leed Gold*), a Fonte Nova (*Leed Silver*), o Castelão (*Leed Certified*), a Arena Amazônia (*Leed Silver*) e a Arena Recife (*Leed Silver*), avanço ambiental e tecnológico, legado a ser seguido como meta da construção civil.

Considerando o recente histórico de falhas nas obras construídas com atrasos, será que todas as etapas foram seguidas e concluídas conforme o esperado? Ou será que o curto prazo e a pressão para reduzir os atrasos teve alguma influência no cumprimento destas etapas? O estádio de Salvador teve uma parte da cobertura danificada, nos canteiros de obras dos estádios da Copa de 2014 causaram morte de oito operários. Em outros dois estádios (Grêmio/RS e Palmeiras/SP) que não foram sede da Copa, morreram mais dois, demonstrando a falta de fiscalização e responsabilidade de algumas das principais empreiteiras que atuam no país.

A manutenção dos gramados do Maracanã não está sendo bem avaliada pelos jogadores. Reclamações também aconteceram com o gramado do Mineirão e Recife. A falha do sistema de drenagem na partida decisiva do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A no novo Mineirão, gerou prejuízo esportivo evidente. De quem é a responsabilidade? E do acidente de queda com mortes de viaduto em Belo Horizonte durante a Copa e outras durante as construções dos estádios. Quem paga a conta?

Estádio de Fortaleza/CE teve shows musicais: abril de 2014 Roberto Carlos na Arena Castelão, fevereiro de 2014 Elton John, setembro de 2013 *Beyoncé: The Mrs. Carter Show World Tour* e maio de 2013 *Out There! Tour* Paul McCartney. Mas os clubes da cidade não mandam todos seus jogos pelos custos, assim como em Natal.

O fato da cidade de Natal, não ter patrimônio para servir de fundo garantidor, provocou a necessidade da Câmara municipal, ceder o terreno ao estado do RN também com dívidas e patrimônio alienado em empréstimos anteriores incluisse os futuros *royalties* do petróleo, o que vem sendo contestado pelo Procurador-Geral do Ministério Público de Contas, Luciano Ramos na Cientec 2013, no auditório da Reitoria da UFRN.

As mudanças na contratação de obras públicas provocadas pelo Regime Diferenciado de Contratação (RDC) e Parcerias

Público-Privadas (PPP) podem aumentar a celeridade e gerar redução dos preços nos processos licitatórios. Podem ser importantes, mas a contratação integrada – exemplo a obra do Aeroporto de São Gonçalo do Amarante – prevista no RDC é inconstitucional. Sobre a o contrato entre o Governo do RN e a OAS, responsável pela obra, que vai até 2031, o Estado pagará à empresa concessionária uma contraprestação pecuniária mensal de mais de R\$ 10 milhões. Como garantia o governo colocou recursos dos royalties do petróleo e gás natural no valor de 70 milhões de reais, o que representa um endividamento do governo em longo prazo. Durante este período, o governo estadual pagará à OAS pela manutenção parcelas mensais de R\$ 10 milhões por 11 anos. Depois, por mais três, parcelas de R\$ 2,7 milhões. Além disso, há uma garantia mínima de lucro, extremamente preocupante: Se o estádio não der o lucro esperado, o RN garante a diferença (TCE, 2014, p. 1).

Que gestores são estes do RN (Bahia e Pernambuco também) que socializam as perdas para o poder público e garantem o lucro para a iniciativa privada? Como escreveu Galeano (1999): “Há cento e trinta anos, depois de visitar o País das Maravilhas, Alice entrou num espelho para descobrir o mundo ao avesso. Se Alice renascesse em nossos dias, não precisaria atravessar nenhum espelho: bastaria que chegasse à janela”... Ironia e indignação na análise de uma série de eventos que demonstram que o mundo está mesmo de pernas pro ar, refletindo a nossa enorme incapacidade de harmonizar justiça com liberdade numa perspectiva da ética coletiva.

Governo do Rio Grande do Norte recebeu, através da Procuradoria-Geral do Estado (PGE), a doação do terreno Arena das Dunas pela Prefeitura do Natal, que compreende uma área de quase 143 mil metros quadrados. O ato oficializa o repasse feito através da Lei Municipal 6.127, do dia 9 de junho de 2010. A partir de então, governo estadual passa a ser proprietário do imóvel.

A Arena das Dunas, localizada em Natal, no Rio Grande do Norte, foi o primeiro estádio do Brasil a obter a Etiqueta

Nacional de Conservação de Energia (ENCE), certificação do Inmetro de eficiência energética. Objetiva reconhecer construções que combatem o desperdício e usam racionalmente a energia, recebeu a certificação em nível “A”. O edifício utiliza paredes e coberturas com desempenho térmico, lâmpadas e condicionadores de ar eficientes, instalação de equipamentos economizadores de água e reaproveitamento de água da chuva. Importante na fixação de um legado ambiental.

Projetada pelo escritório *Populous Architects*, o estádio de Natal, apresenta cobertura com 20 módulos curvos, que circundam todo o perímetro da construção, a cobertura é desnivelada, diferentemente dos tradicionais anéis fechados, centralizados. O lado Oeste da cobertura é mais alto, isso possibilita a ventilação que vem do Leste.

O estádio potiguar será capaz de gerar receitas durante todo o ano? Segundo a OAS Arenas foi planejado para receber não só jogos de futebol, como também shows, workshops e outros eventos de lazer e de negócios. Usam como referência para o *Amsterdam Arena*, na Holanda, um dos maiores centros de lazer do mundo.

A Arena das Dunas utilizou mais de 12 mil metros quadrados de espaço dentro do equipamento para receber em novembro, a Feira do Empreendedor Sebrae, o maior evento do setor no País. Com cerca de 20 mil visitantes, a feira teve como objetivo estimular a competitividade, inovação e abertura de novos negócios e shows musicais.

Estádio do SC Corinthians Paulista incompleto teve um público de 30 mil ingressos vendidos para um campeonato mundial de futebol disputado por 32 seleções e com cerca de 400 crianças de 10 a 12 anos. Para os organizadores do evento, associar a competição é bom para todos os lados, pois estádios como o *Santiago Bernabeu*, em Madri, e o *Parc des Princes*, em Paris, já sediaram finais do torneio das crianças. O clube

também busca uma maneira de ocupar o estádio em períodos sem jogos oficiais.

A Federação Internacional de Futebol (Fifa) estabeleceu um “fundo de legado” da Copa do Mundo, que recebeu US\$ 20 milhões (R\$ 47 milhões) da entidade para financiar projetos sociais, educacionais e de saúde no Brasil. Os projetos eram relacionados ao futebol. O anúncio foi feito no Instituto Bola pra Frente, do ex-jogador Jorginho, que atende crianças e adolescentes no bairro de Guadalupe, na zona oeste do Rio, desde 2000. O instituto será beneficiado com US\$ 200 mil (R\$ 470 mil) de investimento do projeto da Fifa Football for Hope e deve receber mais US\$ 800 mil (R\$ 1,8 milhão) do Fundo de Legado. Além do referido projeto, deve apoiar com US\$ 1 milhão (R\$ 2,3 milhões) mais 25 projetos sociais no Brasil, os critérios e os participantes da comissão não foram anunciados. Assim como na gestão do COL, as influências pessoais e corporativas, infelizmente, predominaram.

Não estão previstos se colocar jogos do Campeonato Amazonense dentro da Arena Amazônia. A opção é receber jogos de times de outros estados. A realidade do futebol manauara é aplicada aos dois outros estádios, da Colina e Coroado que construídos, também para a Copa como COTs. A Arena Amazônia recebeu seu décimo jogo na história, desde sua inauguração em abril. Sede de quatro jogos da Copa do Mundo, o gramado da Arena Amazônia ganhou destaque negativo na semana de estreia da Copa entre Itália e Inglaterra. Imagens divulgadas exibiram a grama bastante amarela em alguns setores, gerando críticas da imprensa inglesa. Publicou que a grama havia sido pintada para esconder as falhas. No Campeonato Brasileiro da Série A entre Botafogo e Corinthians, depois de show e o árbitro paralisou duas vezes a partida para retirar tufo de grama, as áreas dos goleiros estavam impraticáveis.

O Brasil manteve a oitava posição no Índice Global de Nações Esportivas 2014, promovido pela *Sportcal* – consultoria

britânica de inteligência em esportes. O Índice mede o sucesso das nações em atrair megaeventos baseado na consolidação da imagem esportiva global de uma nação. No ranking liderado pela Rússia, sede da próxima Copa do Mundo, seguiram: Canadá, Reino Unido, China, Estados Unidos, Alemanha e Itália. Foram analisados 680 grandes eventos em 90 diferentes modalidades esportivas, realizados ou a realizar, no período de 12 anos (2009 a 2020). Com base em indicadores como impacto econômico, financeiro, esportivo e midiático, cada evento esportivo recebeu uma nota. Ter mantida a posição para o país foi bom, mas poderia ter sido melhor alavancando um futuro mais produtivo e desenvolvido em geral.

Entendemos que o impacto do megaevento esportivo Copa da Mundo Fifa 2014 para a imagem do país pode ser avaliado como satisfatório e sob controle, em função de expectativas iniciais preocupantes quanto à capacidade dos aeroportos, obras atrasadas e não entregues. Em especial para a segurança pública, possibilidade manifestações nas ruas similares às das Copa das Confederações um ano antes em virtude da politização e radicalização por ser ano de eleições presidenciais e no Congresso nacional, Governo dos estados e Assembleias Legislativas.

Segundo estudo realizado pelo Fohb (Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil), a taxa de ocupação dos hotéis das 12 cidades-sede da Copa do Mundo ficou em 77% às vésperas e em dias de jogos do torneio. Em dez capitais, o índice foi superior a 82%, sendo que o Rio de Janeiro e Recife lideram o ranking com 92%, seguidos por Cuiabá (90%), Belo Horizonte e Natal, ambas com 85%. O impacto econômico geral no RN foi considerado muito bom, com empregos temporários nos bares e restaurantes.

O fato da seleção brasileira de futebol não ter se classificado (depois da maior goleada – Brasil 1x7 Alemanha – numa semifinal de todos os tempos), evitou um jogo contra a Argentina, numa nova final sul-americana, repetindo 1950 no Rio de Janeiro (que acabou não tendo a presença dos pentacampeões jogando

no novo Maracanã, 64 anos depois da final contra o Uruguai) foi outro fator de tranquilidade para a segurança.

Pois, como seria a operação de controle da cidade com a invasão de milhares torcedores do país vizinho (como aconteceu em Porto Alegre), numa rivalidade que algumas vezes extrapola o campo esportivo, da lealdade, da educação e do respeito?

Já na perspectiva dos legados para a população em geral, foi perdida a oportunidade de transformação no transporte público das cidades-sede (o Veículo Leve sobre Trilhos está previsto para ser implantado em médio prazo e a mudança da estrutura da mobilidade da cidade para o eixo Leste-Oeste com a (re)ligação por viaduto da avenida Capitão-Mor Gouveia (por cima do centro administrativo do estado) que seria muito mais importante não foi sequer planejada). Foram executadas menos obras de mobilidade urbana nos acessos e mais no entorno dos estádios.

No caso de Natal, pela localização central do estádio a cidade ganhou um maior fluxo, mas várias obras continuam em ritmo lento (Binários do corredor estrutural oeste), algumas abandonadas (Acessos ao aeroporto de São Gonçalo), paralisadas como as calçadas e estações de ônibus, outras sequer iniciadas (Av. Roberto Freire e readequação do complexo viário da Urbana). A inexplicável e absurda desativação do Aeroporto Augusto Severo foi o maior prejuízo, pois a vantagem de termos dois aeroportos pós-copa, foi totalmente inviabilizada, e uma das obras – prolongamento da Avenida Prudente de Moraes foi abandonada sem conclusão e ligaria ao aeroporto. Além, é caro, do enorme endividamento do estado do RN para o pagamento da parceria público-privada. O Comitê Popular da Copa 2014 garantiu a não remoção de pessoas e passará a ser o Comitê Popular de Direitos e Cidadania defendendo os abusos do poder econômico de gestões que colocam em risco os direitos dos natalenses.

O estádio com arquitetura criativa que identifica as dunas da região traz a possibilidade de melhoria da qualidade técnica dos jogos pela qualidade do gramado, iluminação além do conforto das instalações, apesar da cobertura não proteger do sol e da chuva – especialmente em função dos ventos – o que gera desconforto, mas ganha em circulação interna pela diferença de níveis das arquibancadas da zona Leste. Alguns princípios sustentáveis na construção do estádio, com reaproveitamento do antigo estádio e ginásio de esportes na compactação do terreno, princípios como reúso da água foram positivos como legados ambientais na agenda da construção civil.

A imagem das cidades, inclusive a de Natal, foi satisfatória, com os turistas aprovando e recomendando-as como destino turístico, apesar de hospedagem e refeições caras, cidades barulhentas e com trânsito desorganizado. A alegria e hospitalidade do povo brasileiro em geral, em especial o nordestino, foi muito bem avaliada sedimentando a imagem ao turista que aqui ele é bem recebido.

Mas, em termos de legados educacionais, econômicos, ambientais, esportivos (com vários recordes negativos), políticos e falta de democratização nos processos de gestão em todos os níveis, foram decepcionantes. Revelando a falta de competência nas ações, planejamentos equivocados, mudanças de forma emergencial, descumprimento de prazos e inexistência de projetos que priorizem a ética pública e a cidadania. Nem o “jogo de cintura” – termo futebolístico que Da Matta (1982) caracterizou como uma das expressões incorporadas do futebolês – foi capaz de resolver atrasos, improvisos, incompetência e mortes, com alto custo. Faltou profissionalização e planejamento!

E aí o que achou? Texto importante ou interessante para suas reflexões?

## Referências

- ARENDDT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense, 1958.
- BECHARA, Marco. *Modelo M4 Para Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos com Foco na Responsabilidade Social e Políticas Públicas*. In: DA COSTA, Lamartine. et al., *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.
- CAMPOS, Ana Maria. *Governador viaja para acompanhar o anúncio oficial da abertura da Copa*. Correio Brasiliense. Brasília, 16/10/2011. Disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2011/10/16/interna\\_cidadesdf,274085/governador-viaja-para-acompanhar-o-anuncio-oficial-da-abertura-da-copa.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2011/10/16/interna_cidadesdf,274085/governador-viaja-para-acompanhar-o-anuncio-oficial-da-abertura-da-copa.shtml)>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- CASTRO, Didimo. *Os eternos presidentes das Federações de Futebol*. Cidadeverde.com. Teresina, 22/01/2009. Disponível em: <<http://cidadeverde.com/os-eternos-presidentes-das-federacoes-de-futebol-31538>>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Cultura e democracia*. 2. ed. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009.
- CORREIA, Fernando. *Os jornalistas e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.
- DA MATTA, Roberto et alii. *Universo do futebol – esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- ECO, Umberto. *A falação esportiva*. In: ECO, U. *Viagem na irrealidade cotidiana*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- ESPN. *Areia movediça, a Copa sob as dunas*. Documentário: Roberto Salim e Marcelo Gomes, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Nascimento da prisão. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- GALEANO, Eduardo. *De pernas pro ar – A escola do mundo ao avesso*. Porto Alegre: L&PM Editores: 1999.
- GOAL. *Cai número de jogadores brasileiros na Europa*. Brasil, 21/01/2014. Disponível em: <<http://www.goal.com/br/news/3597/inglaterra/2014/01/21/4560782/>>

- cai-n%C3%BAmero-de-jogadores-brasileiros-na-europa#article-comments>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- HALL, C. M. *Hallmark tourist events: impacts, management & planning*. Londres: Belhaven Press, 1992.
- HELAL, R. et al. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.
- HENRY, Michel. *A Barbárie*. Paris: Presses Universitaires de France, 2008.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia, Teoria e Política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIMA, Nildo. *Coronel já prepara sua aposentadoria*. ORMNews. Belém, 14/07/2004. Disponível em: <[http://www.orm.com.br/plantao/imprimir.asp?id\\_noticia=457833](http://www.orm.com.br/plantao/imprimir.asp?id_noticia=457833)>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- LOBATO, Elvira. *FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos*. Folha de São Paulo. São Paulo, 25/08 /2002. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2508200202.htm#\\_](http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2508200202.htm#_)>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- LOBATO, Elvira. *Governo Lula distribui TVs e rádios educativas a políticos*. Folha de São Paulo. São Paulo, 18/06/2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1806200602.htm>>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- MARTEL, Frédéric. *Mainstream*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 2012.
- MERLI, Daniel; DEAK, André. *Donos de TVs e rádios, parlamentares desrespeitam a constituição*. *Rolling Stone*. n.7. abril de 2007. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/7/donos-de-tvs-e-radios-parlamentares-desrespeitam-a-constituicao#imagem0>>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- O GLOBO. *Justiça investiga cobrança de tarifa de embarque em aeroporto*. Caderno de Economia. São Paulo, 03/07/2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/justica-investiga-cobranca-de-tarifa-de-embarque-em-aeroporto-13123988#ixzz3WCricO8y>>. Acesso em: 31 mar. 2015.
- PREUSS, Holger. *Economics of the Olympic Games*. Petersham: Walla Press, 2000.

Legados da Copa, oportunidades perdidas:

SANTOS, Cesar. *RN elege 'bancada da bola'*. Blog do Cesar Santos. Mossoró, 06/10/2014. Disponível em: < <http://defato.com/blog/cesar-santos/category/eleicoes-2014/page/10/>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

SOUZA, Caroline. *Obras de acessos ao novo aeroporto permanecem paradas desde julho*. O Jornal de Hoje. Natal, 25/08/2014. Disponível em: < <http://jornaldehoje.com.br/obras-de-acessos-ao-novo-aeroporto-permanecem-paradas-desde-julho/>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

SUASSUNA, Ariano. *Aula espetáculo*. Pernambuco, 2014.

TCE. *Procurador-Geral do MPJTCE debate na Cientec pontos polêmicos do Regime Diferenciado de Contratação e da Parceria Público Privada*. Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Norte. Natal, 02/04/2014. Disponível em: < <http://tce-rn.jusbrasil.com.br/noticias/111984006/procurador-geral-do-mpjtce-debate-na-cientec-pontos-polemicos-do-regime-diferenciado-de-contratacao-e-da-parceria-publico-privada>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

TRIBUNA DO NORTE. *Número de remoções para obras da Copa em Natal, Recife e Salvador será reduzido*. Natal, 06/01/2013. Disponível em: < <http://tribunadonorte.com.br/noticia/numero-de-remocoes-para-obras-da-copa-em-natal-recife-e-salvador-sera-reduzido/240571>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

UOL. *Jornais franceses festejam pioneirismo no 1º gol 'eletrônico' das Copas*. São Paulo, 15/06/2014, caderno de esportes. Disponível em: < <http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/esporte/2014/06/15/jornais-franceses-festejam-pioneirismo-no-primeiro-gol-eletronico-das-copas.htm>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

VARGAS LLOSA, Mario. *A Civilização do Espetáculo - Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura*. Objetiva, 2013.

## **Um por todos, todos por um:**

a individualidade e o “futebol-arte”  
brasileiro analisados em três momentos  
da Copa do Mundo de 2014

*José Carlos Marques*

*Nathaly Barbieri Marcondes Cesar*

### **Introdução: algumas notas sobre esporte e sobre cultura**

A cultura de um país pode influenciar diversas atividades praticadas por seus habitantes. Uma dessas atividades, a prática dos esportes, normalmente está carregada de simbolismos relativos a cultura, desde a escolha da modalidade mais popular no país até a forma como ela é praticada. De acordo com o historiador holandês Johan Huizinga (2000), o jogo seria anterior à cultura, responsável ainda por influenciá-la, e não o contrário. Segundo ele, embora a cultura estivesse diretamente relacionada aos seres humanos, já que é constituída por eles, o jogo nasceria de forma primitiva, por meio dos animais, sendo este o principal argumento que comprovaria a ordem hierárquica que ele estabelece.

Aprofundando-se nesta questão, Huizinga (2000) diz ainda que as grandes atividades da sociedade humana, como, por exemplo, a linguagem e os mitos, são definitivamente marcadas

pelo jogo. Para ele, o jogo constitui-se em um elemento independente que não desempenha função moral alguma, o que impossibilitaria que fossem aplicadas a ele noções de vício e virtude. No entanto, ele estaria incluso no domínio da estética, mesmo que não se possa afirmar que a beleza seja inerente ao jogo.

Em relação às manifestações culturais do jogo, Huizinga crê que ele possua algumas características formais. O fato de ser livre e de ser uma atividade voluntária é a primeira delas. Já o fato de não fazer parte da vida “corrente” ou “real”, somado ao fato de que o jogo é uma atividade temporária e que se realiza com o objetivo de causar satisfação, garantir-lhe-ia momentos de intervalo em nossas vidas cotidianas, tornando-se assim uma necessidade tanto individual como social, adquirindo nesse ponto uma função cultural. Como terceira característica, Huizinga diz ser o jogo uma atividade isolada e limitada no tempo e no espaço. A quarta característica refere-se a seu poder de criar ordem e ser ordem, visto que ele exige certa organização para que não seja descaracterizado. Na tentativa de resumir as características do jogo, o historiador diz que “poderíamos considerá-lo uma atividade livre, conscientemente tomada como ‘não séria’ e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total” (HUIZINGA, 2000, p. 16).

Já o sociólogo francês Roger Caillois (1990), complementando a contribuição de Huizinga, classifica o jogo a partir de seis características. A primeira delas tem a ver com o fato de que ele é uma atividade livre, ou seja, o indivíduo não é obrigado a integrá-lo; se o fosse, o jogo perderia sua natureza de diversão. Caillois diz ser o jogo também uma prática delimitada, sendo restrita no tempo e no espaço. Ainda segundo ele, o jogo tem um caráter incerto, já que não se pode prever qual será seu resultado antes do momento de sua conclusão. O jogo carrega também a ideia de ser algo improdutivo, ou seja, não gera bens,

riquezas ou elementos novos de espécie alguma, sendo que o indivíduo termina da mesma forma que começou. Outra qualidade atribuída a ele é a da regulamentação, estando sujeito a convenções que suspendem as leis normais e instauram de forma momentânea uma nova legislação, sendo esta a única que conta. A última característica que Caillois atribui ao jogo é o fato de este ser fictício, ou seja, a realidade que o acompanha é outra, distinta da vida “normal”.

Como pudemos verificar, quatro das características apontadas por Caillois em sua classificação do jogo remontam à contribuição de Huizinga. A distinção entre eles, entre outras questões, tem a ver com o fato de o sociólogo francês não ter caído na armadilha de hierarquizar o jogo como anterior à cultura, preferindo antes criar outra taxonomia para definir os tipos de jogos. É o que ele faz ao classificá-los a partir dos conceitos de *agon*, *alea*, *mimicry* e *ilinx*. O *agon* estaria relacionado aos jogos de competição, a partir de disputas regulamentadas e pautadas pela igualdade de condições para os competidores, característica intrínseca do esporte hodierno. O *alea* diria respeito aos jogos em que o competidor age de modo mais passivo (ao contrário do *agon*), ficando ao sabor da sorte (ou do azar); como exemplo, temos as atividades subordinadas a loterias, cassinos, casas de apostas etc. O *mimicry* representaria os jogos de imitação, representação e simulacro, típicos do teatro e da dança, ou da imitação que a criança faz do mundo adulto (como, por exemplo, as brincadeiras de boneca, que mimetizam cenas domésticas e profissionais do mundo dos familiares). Por último, o *ilinx* diria respeito aos jogos em que se buscaria a vertigem, cujo transe representaria uma fuga temporária da realidade (caso dos esportes radicais e das atividades que buscam perda provisória ou parcial da consciência, por meio de brinquedos extremos de parques de diversão, por meio do uso de drogas e álcool etc.).

Em relação à cultura, Edward Tylor (1871 *apud* LARAIA, 2009, p. 25), um dos definidores do atual conceito da palavra, sintetizou termos que se referiam a ela no vocábulo inglês *Culture*, com a seguinte definição: “é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Desta forma, Tylor compreendia a cultura como todas as possibilidades da realização humana, além de fazer menção ao caráter de aprendizado da cultura opostamente à ideia de aquisição inata. Em relação a isso, o antropólogo Marvin Harris (1969 *apud* LARAIA, 2009, p. 26) também diz que “nenhuma ordem social é baseada em verdades inatas, uma mudança no ambiente resulta numa mudança no comportamento”. Quem encerrou o processo, iniciado pela definição de Tylor (1871), do afastamento entre o cultural e o natural foi Alfred Kroeber (1917), antropólogo americano, dizendo ser o primeiro superior ao segundo, e que graças à cultura a humanidade se distanciou do mundo animal.

Laraia (2009) resume as ideias dos autores estudados, dizendo que o grande diferencial do homem é sua possibilidade de comunicação oral e de fabricar instrumentos que tornam mais eficientes seu aparato biológico. Isso o faria ser o único possuidor de cultura, em comparação aos demais animais. É fato que o homem necessita suprir suas funções biológicas, as quais seriam iguais a todos, independentemente de raça ou nacionalidade. O que diferenciaria os indivíduos, portanto, seria a forma como eles buscam atender a essas necessidades, o que varia de acordo com sua cultura. Ou seja, a herança genética de cada um não determina ações e pensamentos, já que os atos humanos dependem totalmente de um processo de aprendizagem (LARAIA, 2009), sendo este o papel da cultura.

De acordo com estas definições, entende-se que a cultura está em constante interação com a sociedade, definindo hábitos e costumes dos indivíduos pertencentes a ela e sendo construída

através do desenvolvimento dos próprios indivíduos. O esporte, compreendido como uma atividade praticada e acompanhada pela sociedade, também lhe concede traços característicos que o vão diferenciar em relação à forma como é praticado em regiões diversas, e ele também, através de suas regras e táticas, consegue moldá-la à sua maneira, ocupando em muitos casos uma dimensão tão importante quanto outros assuntos de interesse público, como a política ou a economia.

Neste artigo, entretanto, mais importante do que saber em que sentido se dá a influência entre cultura e esporte é verificar quão próxima se dá a relação entre uma e outro. Em nosso caso particular, a preocupação é perceber o futebol brasileiro como reflexo de práticas culturais próprias de nossa “brasilidade”. Para avançar mais no propósito que aqui destacaremos, nosso objetivo será o de perceber como a noção de futebol-arte, historicamente legitimada para dar conta de algumas singularidades da prática do futebol no Brasil, traz consigo ainda a valorização do elemento individualizante, em detrimento do sentido coletivo que subjaz ao nascimento do próprio futebol (não nos esqueçamos de que a denominação oficial deste esporte é *football-association* – ou futebol associação. Basta referir que a entidade que regula este esporte em todo o mundo atende pelo nome de *Fifa – Fédération Internationale de Football-Association*).

A leitura que propomos tem a ver com três aspectos comunicacionais decorrentes da Copa do Mundo Fifa-2014, realizada no Brasil: as vinhetas utilizadas pelas emissoras de TV aberta brasileiras na divulgação das transmissões do evento; as frases escolhidas para decorar os ônibus que transportaram cada seleção nacional pelas cidades brasileiras durante a competição; e duas capas de jornais – *Lance!* e *Correio Braziliense* – de 8 de julho de 2014 retratando a ausência inesperada do jogador Neymar (principal jogador da Seleção Brasileira) na semifinal da competição diante da Alemanha, em virtude de

uma séria contusão sofrida na partida contra a Colômbia, pelas quartas-de-final do Mundial.

## O futebol brasileiro e o futebol-arte

*Brasil está vazio na tarde  
de domingo, né?*

*Olha o sambão, aqui é país do futebol*

Com estes dois versos tem início a canção “Aqui é o país do futebol”, composta por Milton Nascimento em parceria com Fernando Brant para o documentário “Tostão: a Fera de Ouro”, lançado em 1970 a respeito da carreira do jogador Tostão, campeão do mundo pela Seleção Brasileira na Copa do México daquele ano. A composição, entretanto, ficaria mais conhecida nas vozes de Elis Regina e Wilson Simonal. Poderíamos citar inúmeras outras canções que, desde o início do século XX, têm procurado destacar a importância do futebol brasileiro em nossa cultura. Esta aqui chama a atenção por cristalizar, até no título, o processo fortalecido a partir da Copa de 1950 no sentido de nomear o Brasil como “o país do futebol”.

De fato, segundo a BDO<sup>1</sup> (quinta maior rede de contabilidade do mundo), em 2011, 44% dos brasileiros acima de 16 anos envolviam-se cotidianamente com o esporte, e 93% o acompanhavam pela mídia. De acordo com a Deloitte<sup>2</sup> (empresa de auditoria e consultoria fundada em 1845 em Londres), ainda em 2011, 78% dos brasileiros consideravam o futebol seu esporte favorito. E, embora não tenha surgido em nosso país, o futebol

---

1 Pesquisa disponível em: <http://www.bdobrazil.com.br/pt/analises/esporte/Futebol,%20a%20maior%20paix%C3%A3o%20dos%20brasileiros.pdf>.

2 Pesquisa disponível em: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-brazil/Local%20Assets/Documents/Estudos%20e%20pesquisas/PesquisaMuitoAlemFutebol.pdf>.

logo foi adotado pelos habitantes da terra. Ao longo do tempo, tornou-se culturalmente característico de um ethos brasileiro, tanto na visão da população nacional como estrangeira, como reconhece o antropólogo Roberto DaMatta (1994), um dos pioneiros na inclusão do futebol como tema de debate na academia brasileira. Para ele, “o futebol seria popular no Brasil porque permite expressar uma série de problemas nacionais, alternando percepção e elaboração intelectual com emoções e sentimentos concretamente sentidos e vividos” (DAMATTA, 1982, p. 40). Assim, a importância desse esporte em nosso país transcenderia a mera esfera do entretenimento, já que estaria incluída no meio da ordem social:

Se, de fato, carnaval, religiosidade e futebol são tão básicos no Brasil, tudo indica que diferentemente de certos países da Europa e América do Norte, nossas fontes de identidade social não são instituições centrais da ordem social, como as leis, a Constituição, o sistema universitário a ordem financeira, etc., mas certas atividades que nos países centrais e dominantes são tomadas como fontes secundárias e liminares de criação de solidariedade e identidade social. Assim é a música, o relacionamento com os santos e espíritos, a hospitalidade, a amizade, a comensalidade e, naturalmente, o carnaval e o futebol, que permitem ao brasileiro entrar em contato com o permanente de seu mundo social (DAMATTA, 1982, p. 39).

Este percurso andou invariavelmente de mãos dadas com a noção de que os jogadores brasileiros seriam mais habilidosos e dotados do que os estrangeiros, no sentido de que, aqui, praticar-se-ia aquilo que seria chamado de “futebol-arte”, em detrimento do chamado “futebol-força” – apanágio dos europeus. Tal noção será posta em marcha em diferentes trabalhos de pensadores europeus (como BIGOT, 1996; e WAHL, 1990) e em crônicas de jornais por ocasião da participação do Brasil em mundiais de futebol (especialmente a partir da Copa de 1938), até ganhar formulação sofisticada nos círculos intelectuais europeus por força do artigo “Il calcio ‘è’ un linguaggio con i suoi poeti e prosatori” (“O futebol ‘é’ uma linguagem com seus poetas e prosadores”),

publicado em 3 de janeiro de 1971 pelo cineasta italiano Pier Paolo Pasolini (1922-1975) no diário italiano *Il Giorno*. Extremamente seduzido pelo futebol apresentado pelo Brasil na Copa de 1970 (na qual brilharam Pelé, Rivelino, Jairzinho, Gérson & Cia., ao lado de Tostão, homenageado no documentário já citado que traz a canção da dupla Milton-Brant), Pasolini anuncia basicamente em seu texto que haveria duas formas estéticas de se praticar o futebol: uma em prosa (modo europeu) e outra em poesia (modo sul-americano). O cineasta condensava assim uma das principais oposições semiológicas a que o futebol assistiria nas décadas de 1960 e 1970: o vigor físico e a disciplina tática dos europeus (características aglutinadas em torno do conceito do “futebol força”) contra a habilidade e o talento técnico dos sul-americanos (romantizados no conceito do “futebol-arte”).

Esta noção foi tardia e largamente difundida no Brasil por José Miguel Wisnik, professor de Literatura da Universidade de São Paulo, que primeiramente defendeu as ideias pasolinianas em diversos eventos e entrevistas concedidas a órgãos de imprensa a partir da década de 1990, até sublimar a homenagem em 24 páginas de sua obra seminal *Veneno remédio, o futebol e o Brasil* (insinuante e necessário ensaio publicado em 2008). No artigo “O futebol em prosa e o futebol em poesia: o modelo semiológico proposto por Pasolini antecipado nas crônicas de Nelson Rodrigues” (MARQUES, 2014), entretanto, são lançadas luzes mais difusas ao modelo pasoliniano, relativizando-se a proposta dicotômica de se dividir o futebol entre prosa e poesia, haja vista a imbricação de um em outro na própria Seleção Brasileira de 1970. Antes de Wisnik, porém, algumas outras obras ou artigos de fôlego já haviam iniciado, em maior ou menor grau, o esboço de que o futebolista brasileiro – por diferentes razões históricas – praticaria um jogo sem igual no planeta (é o que se tem, por exemplo, em Leite Lopes, 1998; Rosenfeld, 1993; Almeida Prado, 1997; Caldas, 1994, apenas para citar alguns).

No meio acadêmico, entretanto, parece não haver dúvida sobre o fato de que a gênese deste processo tem origem no sociólogo, antropólogo e escritor Gilberto Freyre, que inauguraria a visão idílica do futebol-arte brasileiro ao escrever o prefácio à obra *O negro no futebol brasileiro*, de Mário Filho. Intitulado de “Foot-ball Mulato” e datado de 1938, tal prefácio causará enorme influência no imaginário nacional, influenciando sobremaneira o olhar que será dedicado desde então ao futebol pela imprensa esportiva brasileira e pelos aficionados pelo futebol, de forma geral. No artigo “A produção das diferenças na produção dos ‘estilos de jogo’ no futebol: a propósito de um texto fundador”, a antropóloga Simoni Lahud Guedes (2014), como o próprio título já indica, nomeia o prefácio de Freyre como um “texto fundador” da noção de que se praticaria no Brasil o tal do “futebol-arte”. Não é à toa, aliás, que a própria Lahud Guedes inicie seu artigo com uma epígrafe emprestada do britânico Alex Bellos no *Futebol: o Brasil em campo* (2003): “Todo brasileiro é tocado pela mística do futebol-arte. A expressão ‘jogador brasileiro’ é comparável a ‘chefe de cozinha francês’ ou ‘monge tibetano’”. O fato é que o futebol no Brasil ficou conhecido por suas jogadas improvisadas e por seus dribles desconcertantes, sendo muitas vezes comparado a uma espécie de arte. No prefácio já citado, Freyre afirma que atividades típicas dos escravos africanos no Brasil, como a capoeira e o samba, estão nitidamente presentes no estilo brasileiro de se praticar o futebol. Ainda segundo ele,

[...] sublimando tanto do que é mais primitivo, mais jovem, mais elementar, em nossa cultura, era natural que o futebol, no Brasil, ao engrandecer-se em instituição nacional, engrandecesse também o negro, o descendente de negro, o mulato, o cafuso, o mestiço.

[...] A mulatice brasileira caracteriza-se pelo prazer da elasticidade, da surpresa, da retórica, que lembra passos de dança e fintas de capoeira (FREYRE in RODRIGUES FILHO, 1994, Introdução).

A propósito, o pensador alemão Anatol Rosenfeld (1993) também discorre sobre essa influência advinda dos negros, dizendo que ela se deve ao fato de que, embora o futebol tenha chegado ao Brasil como uma modalidade esportiva elitista que priorizava a prática pela parte caucasiana da população ao se tornar um esporte popular a toda a população, anos após a abolição da escravatura, ele foi visto pelos negros como uma forma de ascensão social.

Na medida em que começou a se comprovar o mesmo valor dos jogadores de raça negra – a princípio posto em dúvida pelo próprio homem de cor – cresceu simultaneamente a autoconsciência das massas e elas começaram a sentir o jogador negro ou mulato como seu representante (ROSENFELD, 1993, p. 99).

No entanto, a aceitação de que jogadores brasileiros já nasceriam aptos a praticar o futebol-arte por meio de técnicas e habilidades individuais presentes em seu genoma começou a ser posta em xeque igualmente na academia brasileira ao longo dos últimos 20 anos, como atestam as diversas contribuições de Soares, Helal, Lovisolo e Santoro (1994, 2001, 2003, 2004). Em alguns destes trabalhos, tem-se a ideia de que a imprensa foi uma das principais responsáveis pela disseminação da visão do “futebol-arte” no Brasil. Sob esta ótica, o enquadramento dado à Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1970 colaborou intensamente para o adensamento da identidade nacional brasileira atrelada à noção do futebol habilidoso, pleno de ginga, dribles, improvisação e malandragem. Aspectos táticos e físicos que contribuíram para o sucesso do Brasil naquela competição foram paulatinamente esquecidos, em favor da suposta habilidade incontestável dos jogadores nacionais, perpetuando-se assim a ideia do futebol genial e criativo dos brasileiros (SANTORO; SOARES, 2009).

O sociólogo Ronaldo Helal, aliás, ao longo de diversas palestras e debates em sessões vinculadas a eventos na área de comunicação, não se furta a dizer que, nos últimos 50 anos, talvez tenhamos presenciado o “futebol-arte” brasileiro apenas

nas Copas de 1970 e 1982. Ora, se ao longo de treze Copas do Mundo em apenas duas tivemos o futebol-arte, este não seria mais a regra da Seleção Brasileira, mas sim a exceção. Franco Júnior (2013) também partilha da mesma ideia de em relação à falácia do futebol-arte no Brasil, fazendo referência ao que tem sido visto do esporte na atualidade.

Parte essencial do clichê “Brasil, país do futebol” é a crença de que aqui se joga com mais habilidade, com mais qualidade. A rigor, porém, o nível de nossas competições é mediano, quando não baixo. O enquadramento institucional impede que a potencialidade esportiva se torne realidade (FRANCO JÚNIOR, 2013, p. 50).

Apesar desta visão mais dialética em torno do futebol-arte brasileiro, cabe referir que o mercado publicitário e os meios de comunicação, de forma geral, continuamente vêm reiterando e valorizando o futebol brasileiro justamente a partir da ideia de que ele seria jogado com arte e magia, com habilidade individual, ginga e festa. Busca-se enfatizar a todo tempo que essa prática constituiria o “verdadeiro” futebol do Brasil, eliminado assim outras formas mais “prosaicas” (repetimos aqui a definição de Pasolini) de se jogar a bola. Alguns exemplos de valorização destes elementos é o que veremos em três formas comunicacionais relacionadas à Copa do Mundo de 2014, já aqui citadas: as vinhetas utilizadas pelas emissoras de TV aberta brasileiras na divulgação do evento; os slogans dos ônibus que transportaram as seleções do Mundial; e duas capas de jornais (08/07/2014) de *Lance!* e *Correio Braziliense*.

## Três formas de se valorizar o futebol-arte e a individualidade

Começamos a ilustração daquilo que queremos desatacar neste artigo – a sobrevalorização das ideias de individualidade e de genialidade do futebol brasileiro – por meio das vinhetas divulgadas pelas duas emissoras de TV aberta (Globo

e Bandeirantes – ou simplesmente Band) que detinham os direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2014.<sup>3</sup> Os vídeos em questão são “O Maior Espetáculo da Terra”, da Band, com vídeo produzido pela própria emissora e áudio pela produtora S de Samba, numa composição de Jair Oliveira; e “Somos um só”, da Rede Globo, com vídeo produzido também pela própria emissora e áudio pelos estúdios Jaula do Leão e Tesis, numa composição de Tavito e Aldir Blanc.<sup>4</sup>

As duas vinhetas podem ser analisadas sob a ótica proposta por Vanoye e Goliot-Lété (2012) para a análise fílmica de *spots* publicitários. Tal análise consiste, inicialmente, em um processo de decupagem das vinhetas selecionadas, para que se tenha uma ideia de todas as partes que compõe o todo de cada propaganda. Através deste processo, é possível identificar os elementos utilizados na construção de cada filme publicitário e, dessa forma, enquadrá-lo em uma ou mais estratégias determinadas pelos autores. As estratégias consistem em:

- **Argumentação direta:** sustenta-se na descrição (do produto e seus efeitos) e na explicação (como o produto opera); são essencialmente discursivos; a responsabilidade do discurso pode ser delegada a um personagem ou a uma *voz-off*; na maioria das vezes é formal e sustentada por signos da argumentação (visuais e retóricos).
- **Narração:** desperta o interesse de todos; papel do produto na história constitui um elemento de influência; a forma pode dar lugar a uma narrativa completa ou incompleta;

---

3 Estas reflexões fazem parte de nosso trabalho “O ‘jeitinho brasileiro’ na propaganda: os elementos que caracterizam o futebol do Brasil utilizados como apelo publicitário por emissoras de TV”, o qual foi apresentado no Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte durante o XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 5 de setembro de 2014 em Foz do Iguaçu (PR).

4 Links dos vídeos: <https://www.youtube.com/watch?v=MLvx6j15FZ8> (BAND) e <https://www.youtube.com/watch?v=voTX6c1T0o8> (GLOBO).

induz a uma identificação com o sujeito desejante; o produto ocupa lugar do objeto de desejo ou de auxiliar; ultracurto, com elipse como figura recorrente.

- **Sedução-fascínio:** os filmes quase nada dizem, tampouco narram; a relação entre conteúdo, imagens e sons é longínqua, quase inexistente; imagens e sons possuem características conotadas ou denotadas, pertencentes ao produto ou sujeito-utilizador; alguns artifícios técnicos: elipse, câmera lenta, fusão rápida, filtros, música-ambiente estereotipada, jogo de alusões e montagem rápida; seu objetivo não é construir formas, mas impor marcas.

Ambas as vinhetas enquadram-se na estratégia de sedução-fascínio a que os autores se referem. Com os elementos utilizados, sem a presença de roteiros ou personagens, contando apenas com uma trilha sonora envolvente e imagens que causam a identificação do público, as duas emissoras impõem sua marca como retransmissoras da Copa do Mundo, buscando seduzir os telespectadores e incentivá-los a acompanhar os jogos através de seus canais.

O futebol, impregnado com elementos característicos da cultura brasileira, é utilizado nas vinhetas de forma a contribuir para o aspecto de sedução e fascínio de ambas as propagandas. Um dos elementos que mais salta aos olhos é a forma como a população comum aparece em posição de destaque, o que tem sido uma tendência em diversas propagandas. Na vinheta veiculada pela Band, embora a quantidade de imagens de pessoas comuns que jogam futebol, ou que torcem em estádios, não supere a de imagens dos jogadores profissionais, elas se apresentam em número considerável. No caso da Globo, isso é mais evidente, chegando ao ponto de toda a vinheta ser composta por pessoas comuns, que incorporam o futebol em seu cotidiano, não fazendo referência alguma a qualquer jogador profissional.

Figura 1 – Pessoas jogando futebol (Band)



Figura 2 – Pessoas jogando futebol (Globo)



Outro aspecto importante de ser destacado é a trilha sonora, que consiste na parte textual de ambas as vinhetas. O fato de a propaganda veiculada pela emissora Band utilizar o samba como estilo musical é exemplo da relação existente entre tal música com o futebol, causando identificação direta com o público. O uso de tipografias animadas para descrever a letra da música sobre cada imagem que compõe a vinheta também é uma forma de auxiliar a aceitação do jingle, para que, ao se

lembrar da música, o telespectador tenha em mente que os jogos serão transmitidos pela emissora. No caso da Globo, a emissora aposta em uma canção criada para a Copa de 1994 e que se tornou característica do evento; assim, provoca-se uma identificação imediata com o público.

Já um dos aspectos mais característicos do futebol brasileiro, e pelo qual ele é mais valorizado, é evidente em ambas as propagandas. A “molecagem” admirada neste esporte, tanto por brasileiros quanto por outros povos, é evidenciada pela quantidade de imagens de dribles ou truques com a bola, tanto pelos jogadores da seleção quanto pelas pessoas comuns que brincam de futebol, que é muito superior à quantidade de imagens que mostram passes entre jogadores (profissionais ou amadores).

Figura 3 – A “molecagem” no futebol (Globo)



Figura 4 – A “molecagem” no futebol (Band)



A transgressão à autoridade, característica também presente no futebol brasileiro e derivada da cultura do país, pode ser vista em diversos momentos nas vinhetas. Na Globo, ela aparece representada por imagens de pessoas utilizando bens privados ou públicos para brincar de futebol, como os balanços de um parque na praia fazendo as vezes de trave ou os carrinhos de um supermercado demarcando os limites de um campo. Já na Band, ela pode ser percebida pela imagem em que um jogador brasileiro aparece discutindo com um adversário em campo (o goleiro Casillas, da Espanha), apontando-lhe o dedo como forma de intimidação.

Figura 5 – A transgressão às regras (Band)



Figura 6 – A transgressão às regras (Globo)



Por fim, nas duas vinhetas podem ser encontradas diversas imagens que detalham as partes do corpo mais utilizadas ao se praticar o futebol, e que são apreciadas pela cultura brasileira, como as pernas e os quadris. Garante-se desse modo que o apelo à sensualidade exarada pelo enfoque de tais partes durante a prática do esporte seja mais um elemento para prender a atenção do público.

Figura 7 – A valorização das pernas (Globo)



Figura 8 – A valorização das pernas (Band)



A individualidade e a ausência de jogadas coletivas na representação do “futebol-arte” brasileiro também teve eco no slogan escolhido para decorar o ônibus que transportaria a Seleção Brasileira no deslocamento da delegação entre aeroportos, hotéis, estádios e centros de treinamento. Um mês antes de se iniciar a Copa do Mundo de 2014, a Fifa divulgou as frases que iriam estampar a lateral dos ônibus responsáveis por conduzir as 32 seleções do torneio. A definição das frases ocorreu no site da entidade a partir da votação dos internautas, que dispunham de três opções para escolha. Durante o evento, as frases figuraram no idioma de cada país e também em inglês. Tal ação, obviamente, obedecia a uma estratégia bem pensada de merchandising, cujo objetivo era promover um dos patrocinadores e parceiros da Fifa – a montadora sul-coreana Hyundai (ver Figura 9). A tabela a seguir (elaborada pelos autores deste texto<sup>5</sup>) apresenta ainda os slogans das 32 seleções presentes no Mundial Fifa-2014:

5 Fonte: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/05/fifa-divulga-slogans-dos-onibus-da-copa-do-mundo.html>. Acesso em: 12 jul. 2014.

Tabela 1 – Slogans dos ônibus das seleções para a Copa do Mundo de Futebol de 2014

Alemanha	Uma nação, uma equipe, um sonho!
Argélia	Guerreiros do deserto no Brasil
Argentina	Não somos apenas uma equipe, somos um país
Austrália	Socceroos: pulando para a glória
Bélgica	Espere o impossível!
Bósnia	Dragões no coração, dragões no campo!
Brasil	Preparem-se! O hexa está chegando!
Camarões	Um Leão sempre será um Leão
Chile	Chi, chí, chí! Le, le le! Viva Chile!
Colômbia	Aqui viaja uma nação, não apenas uma equipe!
Coreia do Sul	Aproveitem, Vermelhos!
Costa do Marfim	Elefantes rumo ao Brasil!
Costa Rica	Minha paixão é futebol, minha força é meu povo, meu orgulho é Costa Rica
Croácia	Com fogo nos nossos corações, um por todos e todos por um, Croácia!
Equador	Um compromisso, uma paixão, um coração, isso é por você, Equador!
Espanha	Dentro de nossos corações, há a paixão dos campeões
Estados Unidos	Unidos por um time, guiados pela paixão
França	A palavra “impossível” não existe em francês
Gana	As Estrelas Negras chegaram para iluminar o Brasil
Grécia	Os heróis jogam como os gregos
Holanda	Homens de verdade vestem laranja
Honduras	Somos um povo, uma nação, cinco estrelas no coração
Inglaterra	O sonho de uma equipe, a batida do coração de milhões!
Irã	Honra da Pérsia
Itália	Vamos pintar o sonho da Copa do Mundo de azul
Japão	Samurais, chegou a hora de lutar!

México	Sempre unidos, sempre astecas
Nigéria	Só juntos podemos vencer
Portugal	O passado é história, o futuro é a vitória
Rússia	Ninguém pode nos alcançar
Suíça	Estação final: 13/07/2014 - Maracanã!
Uruguai	O sonho de três milhões... Vamos, Uruguai

Na Tabela 1, há slogans em que se notam claramente uma noção de coletividade ou uma ideia de nação e de esforço conjunto em busca de um objetivo comum, ou seja, frases que não sobrepõem o interesse particular ao interesse de um determinado grupo. Chama a atenção o fato de que 14 países (40%) tenham elegido slogans com esta característica, clamando para a união de um povo – ou da equipe nacional – em função do desejo de vitória. Nestes 14 slogans, em maior ou em menor grau, entra em ação o conceito de coletividade operado por meio da seleção nacional. Destaca-se ainda o fato de que nove seleções (ou praticamente dois terços) destes 14 slogans representem países latinos – sete da América Latina (Argentina, Colômbia, Costa Rica, Equador, Honduras, México e Uruguai) e dois europeus (Espanha e Itália). Completam a lista outros três europeus (Alemanha, Croácia e Inglaterra), um africano (Nigéria) e um americano (Estados Unidos).

Figura 9 – Protótipo de ônibus com slogan para as equipes nacionais que disputaram a Copa do Mundo 2014



Foto: Site Oficial da Fifa.

Em alguns outros slogans, percebe-se também um breve esforço de mimese grupal a ser desempenhado pela seleção nacional, mas a noção de união ou de espírito coletivo não chega a ser tão explícita. São, de todo modo, exemplos de transferência metonímica entre a nação (e seu povo) e aqueles que foram eleitos para representá-la (o time de futebol). Entram neste paradigma oito slogans: os de Argélia, Austrália, Bósnia, Coreia do Sul, Costa do Marfim, Gana, Japão e Rússia.

Dos slogans restantes, há aqueles que se destacam pelo narcisismo exagerado (casos de Camarões, Grécia e Holanda), pela autorreferência histórica (casos de Irã e Portugal) ou pela recorrência – pouco imaginativa – à frase tradicional de sua torcida (caso do Chile). França e Bélgica apelaram para um tom carregado de esnobismo e pretensão, algo que parece ter contaminado igualmente a Suíça (ainda que, neste caso, seja difícil imaginar que os helvéticos não tenham apelado para certo humor autodepreciativo, ao fincar como objetivo estarem no Maracanã na data da decisão do Mundial).

E o slogan escolhido – segundo a Fifa – pelos brasileiros? Em tom assertivo e carregado de certezas, a frase “Preparem-se!

O hexa está chegando!”, ao mesmo tempo em que elevava a fasquia de todo o público brasileiro, criava um distanciamento entre o próprio público e os possíveis agentes do triunfo, ou seja, os jogadores. Não se nota no slogan do Brasil nem o sentido de união e de esforço coletivo presentes nas escolhas de nossos *irmãos latino-americanos*, nem a ideia de representação metonímica ou de mimese que podem ser vistas em outras nações. Nossa frase estabelece um fosso entre a vontade coletiva do público e a tarefa que será desempenhada por alguém. Nem seria preciso que nos esforcemos, pois o hexa (ou a sexta conquista de uma Copa do Mundo) *chegaria naturalmente*. Caberia a nós, torcedores, simplesmente o trabalho de aguardar – isolados, recolhidos, individualizados.

A ironia possível neste caso é que esta frase, caso não queiram mudá-la, também servirá para a próxima Copa – e para todas as outras a que o Brasil chegar sem ainda ter conquistado seu sexto título mundial. A questão é que nem se pode responsabilizar unicamente os internautas que fizeram a escolha deste slogan no site da Fifa, já que as outras duas opções de votação não eram menos infelizes. Uma delas, igualmente pretensiosa (mas muito mais lúdica e engraçada em função do próprio veículo em que seria inscrita), dizia “Engata a 6ª, Brasil!”. A outra, por felicidade geral, não foi escolhida. Dizia: “Não na nossa casa!!!”. Apesar da presença do pronome “nossa” (o que *inscreveria, ao menos aqui, a ideia de algo coletivo*), o tom quase profético seria alvo de inúmeras piadas após a derrota por 7 a 1 frente à Alemanha no Estádio do Mineirão, em Belo Horizonte, no dia 8 de julho de 2014.

E é a propósito desta partida que encerramos nossas breves considerações com a leitura de duas capas de jornais publicadas igualmente no 8 de julho de 2014, uma terça-feira, dia da semifinal entre Brasil x Alemanha. O jogador Neymar vinha construindo seu percurso, desde antes do início do Mundial, como o mais importante valor individual da Seleção Brasileira.

Na Copa, já havia marcado quatro gols em cinco partidas e despontava como possível artilheiro da competição. Na partida contra a Colômbia, válida pelas quartas-de-final e disputada no dia 4 de julho, no Estádio Castelão, em Fortaleza (CE), o Brasil mostrava mais consistência do que em partidas anteriores e vencia o confronto por 2 x 1 - resultado que classificava a equipe para as semifinais. Perto do fim do jogo, porém, Neymar é atingido faltosamente pelo colombiano Zúñiga, que golpeia as costas do brasileiro. Neymar sai de campo aos prantos e é levado imediatamente para um hospital na capital cearense. O diagnóstico é logo divulgado: fratura na terceira vértebra lombar e cerca de seis semanas de recuperação.

Atônita e surpreendida pela ausência de seu principal jogador no embate frente à Alemanha, a opinião pública brasileira - ao lado da imprensa - operou um movimento que oscilou entre a lamentação infinita e o fortalecimento anímico para compensar a lacuna deixada por Neymar. Se o jogador encarnava, mais do que ninguém, a essência do futebol-arte brasileiro e se ele jogava pela equipe, agora deveria caber à equipe a jogar por ele. O lema do "um por todos" dava lugar, assim, ao "todos por um". O próprio elenco incorporou tal espírito e, em diversos momentos, demonstrou que jogaria pelo craque como que para recompensá-lo por ele se ter sacrificado em nome do grupo. Antes da partida contra a Alemanha, jogadores portavam bonés com a inscrição "# Força, Neymar", e o capitão do Brasil naquele jogo, o zagueiro David Luiz, exibiu a camisa de Neymar após a execução do hino nacional, já dentro de campo e diante das câmeras de TV.

Tal movimento foi incorporado igualmente pela imprensa brasileira, da qual se podem extrair dois exemplos vigorosos: as capas dos jornais *Lance!* e *Correio Braziliense* publicadas no dia da partida: ambas estampam na primeira página o rosto de Neymar fazendo alusão aos contornos de uma máscara de disfarce, comumente usadas por ocasião dos festejos de

Um por todos, todos por um

carnaval – inclusive com as indicações do recorte a ser feito (Ver Figuras 10 e 11).

Figura 10 – Capa do *Lance!* de 08/07/2014, dia do Brasil x Alemanha

**LANCE!**

**STÓRIAS**

Hoje somos todos Neymar

Essa é a Leste é o primeiro dos primeiros do futebol: Felipe x Klase: duelo de remanescentes de 2002 (com fotos exclusivas) e o primeiro do novo Brasil: Neymar estreia. PÁGS 4 A 16

**BRASIL X ALEMANHA**

**EU ACREDITO!**  
Junte-se a Neymar na torcida pelo Brasil contra a Alemanha. Recorte a máscara e faça sua homenagem ao craque!

**PROMOÇÃO CÂMERA EM AÇÃO**  
FAÇA O AGENDAMENTO NO SITE: [nolance.net/cameraemacao\\_rj](http://nolance.net/cameraemacao_rj), ou pelo telefone até 5ª feira, 10/7. Saiba mais na PÁG. 11

**HORA E DATA** Confira o calendário, hoje 12º ano

**GUIA DA CÂMERA** As 5 competições que sua história em 5 mega-pôsteres, sua história



No caso do *Lancel*, a imagem de Neymar comparece sobre um fundo amarelo com inscrições em verde, numa clara referência às cores da bandeira brasileira. A frase “É Tóis” faz alusão a uma expressão utilizada pelo mesmo jogador em redes sociais, a partir da derivação do “É Nós” (variante, por sua vez, do “É Nós” ou, para ficarmos no registro mais formal da língua, “Somos Nós”). Já o *Correio Braziliense* titula sua capa com a frase “Brasil na cabeça” e aplica a própria bandeira brasileira sobre o rosto de Neymar. Nos dois casos – e nas ações dos jogadores da Seleção – a mensagem é inequívoca: era preciso que fizéssemos um esforço, coletivo ou não, para promovermos a redenção do craque, do nosso virtuoso, do talento individual e decerto o único representante do futebol-arte brasileiro nos dias de hoje. É sintomático que, nas duas capas de jornal aqui comentadas, o rosto de Neymar apareça numa construção solitária, ainda que se tente dialogar com as noções de coletividade e de união por força do discurso verbal (“É Tóis” e “Brasil na cabeça”). Como se sabe, a estratégia não deu o resultado esperado, e o Brasil sofreu a maior derrota de sua história. As manchetes que ilustravam a máscara de Neymar poderiam bem ter sido eleitas para fantasiar o ônibus que transportou a equipe canarinho durante a Copa.

## Algumas considerações finais

Devido à singularidade do estilo brasileiro de jogar futebol, este esporte se tornou um elemento de identidade nacional. Conforme defendido por Édison Gastaldo (2012), o futebol seria um dos principais meios de construção da memória social e afetiva relacionada ao sentimento de nação para a sociedade brasileira, o que se confirma a cada participação da seleção do país em uma Copa do Mundo.

É o que acontece no caso das vinhetas sugeridas para análise neste trabalho. Embora cada filme escolhido convide o público a acompanhar os jogos da Copa do Mundo de 2014

através da emissora na qual o evento é televisionado, todos eles utilizam elementos característicos do futebol brasileiro (a ginga, o drible, o improvisado, a malícia, a festa) bem como da cultura do país, tentando persuadir o telespectador a escolher determinado canal televisivo para assistir às partidas ou se informar sobre o Mundial. Torna-se notório, nestes filmes, a maneira como o discurso publicitário tem atuado como ferramenta importante na perpetuação da ideia do “futebol-arte” praticado pelos brasileiros, embora a própria academia refute esta classificação, preferindo considerá-la como uma narrativa intensificada pelos veículos de comunicação e assimilada pela sociedade.

Ao lado da ideia da ginga e do drible, chama a atenção também o fato de que, nas vinhetas de Globo e Band, praticamente inexistem jogadas tramadas coletivamente, em que a articulação tática e o desempenho grupal pudessem fazer sentido na obtenção dos objetivos traçados. Tal noção faz coro ao slogan escolhido pelos internautas no site da Fifa (após um leque pouco feliz de três opções aprovadas pelos responsáveis pela organização do futebol brasileiro) para decorar o ônibus que iria transportar a seleção nacional durante a Copa de 2014. Ao contrário de nossos vizinhos latino-americanos, que preferiram evocar os conceitos de união pela pátria e de comunhão com o povo, a frase brasileira ignorava a noção de coletividade, estabelecendo uma distância continental entre equipe e torcedores por meio de uma exortação egoísta e presunçosa. Não é à toa, igualmente, que o afastamento de Neymar – nosso jogador mais virtuoso e melhor exemplo atual do futebol-arte – tenha evocado em diferentes esferas uma iniciativa mimética de nos fantasiarmos todos de Neymar, a fim de buscarmos a redenção individual do craque. Isto pôde ser visto tanto nas ações de nossos jogadores às vésperas da partida contra a Alemanha como nas duas capas dos jornais aqui comentadas.

Deste modo, procuramos identificar neste artigo como o esporte consegue transmitir e influenciar características fundamentais da cultura de uma nação ao desenvolver com ela uma relação de mutualismo. É o que Marques (2000) já sugeria ao afirmar que, no futebol, teríamos a expressão simbólica de energias primitivas a partir de uma representação organizada e ritualizada por meio das regras e regulamentos do futebol. Assim, tão importante como analisar as circunstâncias daquilo que um povo joga, é analisar de que forma tal povo pratica o jogo, ou seja, de que forma se organiza a prática esportiva e quais tensões profundas são com ela descarregadas. Ou ainda: quais os aspectos e as peculiaridades de uma sociedade são mais valorizados pela própria sociedade na prática do jogo.

No caso do futebol brasileiro, temos assistido desde a década de 1930 à valorização de alguns elementos fundantes da cultura nacional (como a malandragem, o jogo de cintura, a sensualidade, a capoeira, o samba). O endeusamento do futebol-arte e o culto à individualidade do craque são duas formas de expressão desta relação construída e ratificada constantemente, em diferentes processos comunicacionais, entre a cultura brasileira e o futebol que se quer valorizar em nossas terras – algo que nem sempre corresponde aos exemplos concretos que vemos no dia a dia de nossos campos e estádios.

## Referências

- BIGOT, Yves. *Football*. Paris: Bernard Grasset, 1996.
- CALDAS, W. Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro. *Revista USP*, São Paulo, n. 22, p. 41-49, jun./ago. 1994.
- CAILLOIS, R. *O jogo e os homens*. Lisboa: Cotovia, 1990.
- DAMATTA, Roberto. *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- \_\_\_\_\_. Antropologia do óbvio. *Revista USP*. São Paulo, n. 22, p. 10-17, jun. jul. ago. 1994.

FRANCO JÚNIOR, H. Brasil, país do futebol? *Revista USP*, São Paulo, n. 99, p. 45-56, set./nov. 2013.

GASTALDO, E. Futebol e Memória. In: MARQUES, J. C.; GOULART, J. O. (Org.). *Futebol, Comunicação e Cultura*. São Paulo: INTERCOM, 2012. p. 85-98.

\_\_\_\_\_. "O país do futebol" mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. *Sociologias*. Porto Alegre, v. 11, n. 22, p. 352-369, jul./dez. 2009.

GUEDES, Simone Lahud. "A produção das diferenças na produção dos 'estilos de jogo' no futebol: a propósito de um texto fundador". In BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; BURLAMAQUI, Luiz Guilherme (Org.). *Desvendando o jogo – nova luz sobre o futebol*. Niterói: Editora da UFF – FAPERJ, 2014.

HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HUIZINGA, J. *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

LARAIA, R. B. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LOPES, José Sérgio Leite. "Futebol mestiço: história de sucessos e contradições". In *Ciência Hoje – Revista de Divulgação Científica da SBPC*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 139, jun.1998.

MARQUES, José Carlos. *O futebol em Nelson Rodrigues*. São Paulo: EDUC-FAPESP, 2000.

\_\_\_\_\_. O futebol em prosa e o futebol em poesia: o modelo semiológico proposto por Pasolini antecipado nas crônicas de Nelson Rodrigues. In SIMIS, Anita *et al.* (Org.). *Comunicação, cultura e linguagem*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

MORGAN, M. J.; SUMMERS, J. *Marketing esportivo*. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

PRADO, Décio de Almeida. *Seres, coisas, lugares*. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

RODRIGUES FILHO, M. *O negro no futebol brasileiro*. Petrópolis: Fumo, 1994.

ROSENFELD, A. *Negro, macumba e futebol*. São Paulo: Perspectiva: Editora da Universidade de São Paulo; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993.

SANTORO, Marco Antonio; SOARES, Antonio Jorge G. *A memória da copa de 1970: esquecimentos e lembranças do futebol na construção da identidade nacional*. Campinas: Autores Associados, 2009.

SOARES, A. J. G. *Futebol, malandragem e identidade*. Vitória: SPDEC/UFES, 1994.

SOARES, A. J.; HELAL, R.; SANTORO, M. A. Futebol, imprensa e memória. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, v. 6, n. 1, p. 61-78, jan./jun. 2004.

SOARES, A. J.; LOVISOLO, HELAL. R. Futebol: a construção histórica do estilo nacional. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 25, n. 1, p. 129-143, set. 2003.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. *Ensaio sobre a análise fílmica*. Campinas: Papyrus, 2012.

WAHL, Alfred. *La balle au pied – Histoire du football*. Paris: Gallimard, 1990.

**Parte II**

**Impactos e legados da Copa  
do Mundo no Brasil**

# Possíveis impactos e legados da Copa do Mundo 2014 no futebol profissional:

o caso de Mato Grosso

*Francisco Xavier Freire Rodrigues*

*Christiany Regina Fonseca<sup>1</sup>*

*Olímpio Parreira de Vasconcelos*

*Francisca Janaina Freire Rodrigues*

## Introdução

A Copa do Mundo de 2014 tem sido objeto de intensos e acalorados debates no Brasil desde que o país foi escolhido, em outubro de 2007, para sediar novamente o mundial de futebol, seis décadas após ter organizado o torneio de 1950. Boa parte dos debates enfoca principalmente a questão dos gastos públicos na preparação do país e das cidades-sedes para hospedar o evento da Fifa (Fédération Internationale de Football Association), a organização do evento, os seus impactos nas cidades e a dimensão futebolística. O tema se tornou agenda política, acadêmica,

---

1 Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Mato Grosso e é mestranda em Educação pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

esportiva, midiática e social. Afinal, trata-se de um evento de sucesso mundial indiscutível, além de algo que custará em torno de R\$ 33 bilhões de reais ao país, segundo anunciado pela presidenta Dilma Rousseff em 15 de março de 2012. Estimativas da Consultoria Legislativa do Senado Federal alertam que o custo total pode ser ainda mais alto, atingindo a cifra de R\$ 65 bilhões. É realmente um megaevento muito caro, bem diferente da Copa anterior, pois a penúltima Copa do Mundo, realizada em 2010 na África do Sul, custou cerca de U\$ 3,5 bilhões, a qual foi considerada um (mau) exemplo de excessivos gastos públicos (RODRIGUES; FONSECA; RODRIGUES, 2013).

Nestes debates, é importante destacar o papel da grande imprensa e das redes sociais, veiculando informações e abrindo espaços para difusão de opiniões e argumentos diversos/conflitantes. Diversas polêmicas permearam os debates, tais como a questão dos elevados custos e os prazos de entrega das obras da Copa, a venda de bebidas alcoólicas e a meia entrada para estudantes e idosos, o pessimismo da população em relação à Copa, o medo de passar vergonha diante dos estrangeiros e a preparação das seleções para o mundial de futebol.

Este texto apresenta resultados parciais da pesquisa em andamento “Estudo sobre Investimentos e Legados da Copa do Mundo de 2014 em Cuiabá/MT”, financiada pelo CNPq (Chamada ME/CNPq N.º 091/2013). A partir da combinação de métodos e técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa, os objetivos da pesquisa que estamos realizando são: a) Estudar as ações do poder público (Governos estadual e municipal) nos preparativos da cidade para receber os jogos do Mundial de Futebol de 2014; b) Identificar, quantificar e classificar os principais legados da Copa do Mundo de 2014 em Cuiabá e nas cidades vizinhas; c) Verificar e analisar as percepções da população cuiabana acerca dos benefícios trazidos pelo Megaevento (Copa do Mundo 2014); d) Observar e analisar as principais mudanças estruturais e simbólicas na cidade de Cuiabá/MT em decorrência

deste fenômeno esportivo; e) Investigar os eventuais legados da Copa do Mundo de 2014 no futebol profissional de Mato Grosso. Estamos em fase de análise dos dados coletados durante esse primeiro ano de investigação. Realizamos entrevistas, aplicamos cerca de 1000 questionários, fizemos vídeos, fotografias e análise de documentos oficiais da Fifa e da Secopa (Secretaria Extraordinária da Copa do Mundo no Estado de Mato Grosso).

A pretensão é fazer uma investigação para fundamentar e orientar ações/projetos/programas de extensão voltados para academia e para o poder público de Mato Grosso no sentido de entender e maximizar os legados da Copa do Mundo 2014.

Nossa intenção neste texto é abordar uma discussão inicial que estamos realizando sobre os possíveis legados e impactos da Copa do Mundo 2014 no futebol, com ênfase na realidade de Mato Grosso. Destacamos aqui alguns dos principais legados da Copa do Mundo 2014 em Cuiabá/MT, com base nas obras que estão sendo realizadas na cidade. Outra questão importante que pretendemos apresentar aqui é a situação do futebol profissional de Mato Grosso e um panorama dos jogos realizados na Arena Pantanal pelos clubes profissionais de Mato Grosso em 2014.

## Debate teórico-conceitual

A relação entre os megaeventos esportivos e poder público tem sido objeto de acirrada discussão no âmbito acadêmico, sendo que geralmente os argumentos utilizados são bastante carregados de conteúdo ideológico. No caso do Brasil, durante a Copa das Confederações em junho de 2013 ocorreram muitas manifestações sociais protestando contra os gastos dos governos estaduais e federal na preparação das cidades para sediar a Copa do Mundo 2014. Trata-se de críticas a Fifa e aos governos brasileiros, ou melhor, aos políticos de uma forma geral, bem como a questão da representação (RODRIGUES; FONSECA; RODRIGUES, 2013).

A literatura mostra que a Copa do Mundo representa para diversos governos, gestores e iniciativa privada, uma oportunidade de atrair grandes investimentos que beneficiem a si e a comunidade receptora através da geração de emprego, renda e melhorias na infraestrutura da cidade, isto é, o governo e todas as cidades sedes envolvidas com o evento visualizam a possibilidade de crescimento por meio do desenvolvimento de contatos internacionais oriundos desse momento em que o país estará na mídia internacional (RODRIGUES, 2012).

Para Vladimir Teles (2008), a grande maioria dos que defendem a ideia de que a Copa do Mundo é um bom negócio analisam seus parâmetros com base nos estudos realizados em economias desenvolvidas. Isso ocorre por dois motivos: 1) Porque não há muitos dados disponíveis que permitam fazer uma análise deste tipo de evento em uma economia emergente, como é a brasileira; 2) Porque muitos “especialistas” apenas ecoam o que se prescreve em outros países como se esta fosse uma verdade absoluta, que será efetivada com sucesso em qualquer lugar que se instalar.

Segundo Rodrigues (2012), a Copa do Mundo pode ser entendida como um agregado simbólico, mesmo que esteja diretamente permeado por dimensões materiais. Os eventos esportivos de grande porte (copas de futebol, natação, ginástica, as olimpíadas) se desenvolveram em estreita sintonia com a lógica capitalista. É evidente que as Copas do Mundo são lucrativas para agências que as promovem. As Copas do Mundo são bens culturais (BOURDIEU, 1990), pertencentes ao campo do entretenimento, como outros bens (cinema, teatro, música). Na verdade, trata-se de um evento que é um dos mais elaborados produtos da indústria cultural ligada ao mundo esportivo na contemporaneidade.

No caso da Copa do Mundo de futebol, as empresas e as entidades organizadoras produzem todo um aparato que encaixa a nação no time de futebol, estreitando a relação entre futebol

e nacionalismo, fazendo com que as seleções de futebol sejam representações da nação. Os jogos, torneios, eliminatórias e as várias edições da Copa do Mundo constroem a memória dos eventos para os torcedores. A magia da seleção é construída, arquitetada, manipulada que faz com que uma equipe de onze atletas seja reconhecida como símbolo laico do Estado-nação.

Trabalhamos com a hipótese segundo a qual o fenômeno esportivo (Copa do Mundo de Futebol) tem o poder de promover mudanças simbólicas e estruturais nas cidades que serão sedes de jogos em 2014, podendo ter impactos positivos e negativos em diferentes setores. Acreditamos também que o sucesso das Copas do Mundo como evento midiático deve-se mais a uma lógica simbólica do que econômica. Em outras palavras, a razão simbólica predomina sobre a econômica no fenômeno futebol-espetáculo, no caso do evento Copa do Mundo.

Nas análises já empreendidas sobre as Copas do Mundo (RODRIGUES, 2012; RODRIGUES; FONSECA; RODRIGUES, 2013), partimos da evidência de que a existência deste fenômeno deve-se ao fato de gerar/produzir grandes dividendos aos capitalistas, seus agentes produtores. Trata-se de um evento lucrativo para a Fifa e seus patrocinadores (diferentes empresas de turismo, bebidas, televisão, material esportivo etc.). Diante da consideração acima, a questão que precisa ser investigada é exatamente como os interesses econômicos são englobados pela lógica simbólica, responsável pela adesão do público que busca emoção/excitação (ELIAS, 1992). Na verdade, o evento esportivo produzido e veiculado pela mídia é transmitido ao espectador (consumidor) como algo “real”, mas é uma construção, uma representação do enunciador. Mesmo com pretensão de ser fiel aos fatos, a transmissão ao vivo e em cores, é uma representação do evento esportivo. Trata-se de uma construção narrativa, ou seja, de uma megarepresentação.

Consideramos importante conceituar megaeventos. Para isso, partimos das construções teóricas de Maurice Roche (2001), que considera que

Megaeventos são eventos de larga escala cultural (incluindo comerciais e esportivos) que tem uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões “oficiais” da cultura pública (ROCHE, 2001, p. 1).

Em *Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades*, Marlene Matias (2008, p. 176), analisa os efeitos resultantes das relações ambientais, culturais, econômicas, políticas e sociais que ocorrem nas cidades postulantes até elas se tornarem cidades sedes de megaeventos esportivos, como: Jogos Olímpicos, Copa do Mundo, Jogos Pan-americanos e outros. Neste mesmo trabalho, a autora conceitua inicialmente cidade, megaevento e olimpíada. É interessante, para nosso estudo, precisamente o conceito de megaevento, pois estamos investigando os impactos e legados da Copa do Mundo 2014 em Cuiabá/MT, com ênfase nos gastos do poder público e nos legados deixados por este megaevento esportivo. É importante ressaltar novamente que o processo de captação dos jogos da Copa do Mundo desde a sua postulação até a eleição de cidade-sede, e os vínculos culturais, econômicos, políticos e sociais que são sinalizados entre os diversos segmentos da sociedade civil organizada: cidadãos; poder público municipal, estadual e federal; setor privado; federações esportivas; universidades; Organizações Não Governamentais (ONGs), bem como os efeitos que essas articulações causam nas cidades postulantes e sedes, sem esquecer-se do legado que fica para a população e para a cidade (RODRIGUES, 2012).

Por megaevento, entende-se “[...] um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes por longo tempo nas cidades e/ou países que o sediam e está associado à criação

de infraestrutura e comodidades para o evento” (ROCHE, 2001, p. 19). Tomando como base esta concepção de megaevento, estamos investigando as transformações na preparação da cidade de Cuiabá/MT no que se refere à criação de infraestrutura e comodidades para sediar jogos da Copa do Mundo de 2014. Acredita-se que este megaevento, se bem sucedido, projetará uma imagem positiva ou renovada da cidade e/ou do estado de Mato Grosso e do Brasil, através da mídia nacional e internacional, especialmente pela cobertura de televisão. É esperado também como em praticamente todo megaevento, que a Copa do Mundo de 2014 proporcione consequências em longo prazo em termos de realocação industrial, entrada de investimentos, turismo e reestruturação urbana de turismo. É verdade que os governantes, empresários, atletas, dirigentes e organizadores de megaeventos (como os Jogos Olímpicos, Copa do Mundo, Jogos Pan-americanos) acreditam e esperam que esses eventos ajudem a definir necessidades econômicas, culturais e os direitos dos cidadãos locais, bem como alavancar o desenvolvimento local (MATIAS, 2008).

Os megaeventos esportivos certamente podem representar um catalisador de aceleração do processo de investimento em áreas cruciais que já deveriam ter ocorrido em momentos anteriores de planejamento urbano. Nesse aspecto, governos e empresários concentram esforços no sentido de enfatizar investimentos em infraestrutura urbana. A literatura revela como casos bem sucedidos de hospedagem de megaeventos que, além dos investimentos na construção de arenas, Barcelona (1992) e Seul (1988) utilizaram os Jogos Olímpicos para regenerar inteiramente suas infraestruturas urbanas. “Uma infraestrutura deficiente, que frequentemente restringe o crescimento econômico de uma região, quando revitalizada em virtude de Copa do Mundo, pode produzir uma redução de custo e fornecer um impulso de produtividade à própria economia” (DOMINGUES *et al.*, 2010, p. 8).

Figueiredo, Lima e Araújo (2013), em “Os impactos e Legados nefastos dos megaeventos esportivos no Brasil: Copa do Mundo de 2014 e jogos olímpicos 2016”, analisam os aspectos negativos dos megaeventos esportivos para as populações mais pobres nas cidades sedes dos jogos da Copa e das Olimpíadas. Destacam que nas últimas três décadas os megaeventos despertaram muito o interesse internacional de governos, entidades esportivas, empresas e sociedades. Segundo os autores, com o “fenômeno da globalização e o desenvolvimento das tecnologias de *informação e comunicação*, esses eventos passaram a ter um nível de abrangência cada vez maior, sendo transmitidos a quase totalidade dos países e sendo assistidos por quase metade da população mundial. Ganham relevância dos megaeventos esportivos, a Copa do Mundo de Futebol, promovida pela Fifa e as Olimpíadas que é chancelada pelo COI (Comitê Olímpico Internacional)” (FIGUEIREDO; LIMA; ARAÚJO, 2013, p. 3). Isso certamente gera interesse e esperança em relação aos megaeventos esportivos, por parte de governos, empresas e associações.

No tocante aos legados nefastos dos megaeventos, os autores destacam: (1) os custos de oportunidades; (2) a herança maldita dos equipamentos esportivos e (3) a sinalização mercadológica dos investimentos esportivos (FIGUEIREDO; LIMA; ARAÚJO, 2013, p. 5).

Os custos de oportunidades significam que ao decidir sediar um megaevento, a cidade assume que o gasto público que poderia ser investido em outra área, gera o custo de oportunidades. Isso exclui a oportunidade de investir em outros setores, na demanda social (SIEGFRIED; ZIMBALIST, 2000). Assim, a construção de um estádio não está relacionada apenas aos recursos financeiros investidos diretamente nele, mas ao valor que poderia ser direcionado para outro projeto societário público prioritário. Sediar megaevento implica em elevados custos econômicos públicos. Isso pode levar endividamento público e gerar problemas financeiros. O que pode provocar aumento

de impostos. Por exemplo, o caso de Montreal, cidade-sede dos Jogos Olímpicos de 1976, onde a Prefeitura criou um imposto durante 30 anos para repor os gastos daquele evento.

Outro ponto que é visto como nefasto dos megaeventos diz respeito aos equipamentos esportivos construídos e seus elevados custos de manutenção. A construção de instalações esportivas deve estar relacionada com um projeto social mais amplo, para favorecer a sua utilização posterior ao evento, e não apenas para atender a exigências do mercado. Ao receber um megaevento, deve-se investir mais na cidade e não no evento. Como exemplo, citamos a Grécia, sede das Olimpíadas de 2004. “O elevado investimento público na construção de áreas esportivas e outros equipamentos urbanos comprometeu a capacidade de pagamento das contas públicas”. O sistema de metrô de Atenas, construído para o evento é um dos mais eficientes, mas os elevados custos de manutenção das arenas esportivas levou a quebra de contrato da parceria público-privada, fez com que o governo grego assumisse os custos de manutenção das arenas. O resultado é a atual crise econômica.

Outros exemplos de efeitos nefastos dos megaeventos esportivos são os grandes projetos estruturantes, que desapropria a população local, altera a rotina da população mais pobre, perda de ambiente social e gentrificação. O mercado imobiliário sinaliza onde se deve investir e intervir na estrutura urbana. Outros exemplos: os estádios em Portugal construídos para sediar a Euro 2004, recebem cerca de 2 mil expectadores no campeonato de futebol local.

O fato de sediar megaeventos esportivos pode materializar diversas oportunidades para as localidades que os recebem. As entidades esportivas e as autoridades públicas buscam os legados positivos dos megaeventos, as quais justificam o legado positivo com o argumento de que eleva a autoestima, o descontentamento do público e as imensas oportunidades. Os megaeventos podem ser um excelente catalisador de investimentos diversos, desde

infraestrutura urbana, dinamizador da indústria do turismo local, geração de empregos.

Os megaeventos são de certa forma eventos de temporalidade curta e de efeitos de longo prazo. Requer investimentos vultosos que nem sempre são bons de retornos econômicos e sociais, gerando questionamentos sobre quais seriam os reais custos e benefícios gerados pelo megaevento ao país sede.

Quando se avalia os megaeventos esportivos e seus impactos, Matheson (2006), afirma que a Copa do Mundo de Futebol substitui o turista normal pelo turista de Copa do Mundo, sendo que esse tipo de turista geralmente gasta menos, pois suas despesas estão voltadas para ingressos e deslocamentos para os locais do evento.

## Legados dos megaeventos

Um dos aspectos fundamentais dos megaeventos esportivos é o problema da definição, planejamento e acompanhamento dos legados, por parte do poder público. Um marco importante para isso são as práticas e a experiência de Barcelona (Espanha) quando planejou e sediou os Jogos Olímpicos de 1992. Ainda no momento da candidatura a cidade não dispunha dos recursos necessários para sua preparação, mas o Governo Espanhol viabilizou os recursos e o de cidade (MORAGAS; BOTELLA, 1996).

Segundo Villano *et al.* (2008, p. 49), os cinco eventuais legados de um megaevento esportivo são: (1) Legados do evento em si; (2) Legados da candidatura do evento; (3) Legados da imagem; (4) Legados de governança e (5) Legados de conhecimento.

A cidade-sede vislumbra promover sua imagem no cenário internacional, buscando mudar a imagem local da cidade. Existe a possibilidade de destaque internacional e nacional, no cenário político.

Para Bechara (2008, p. 253-257), falar em legados é destacar os benefícios de um megaevento levando-se em conta os eventuais prejuízos que poderão ficar. Os legados de megaeventos podem resumidamente ser identificados como: 1) Infraestrutura urbanística; 2) Econômica; 3) Social; 4) Educacional; 5) Ambiental; 6) Esportivo; 7) Cultural; 8) De Turismo e Hospitalidade; 9) Político e 10) De Conhecimento e de Tecnologia.

Conforme estudiosos dos megaeventos esportivos (MATIAS, 2008; BECHARA, 2008; MORAGAS; BOTELLA, 1996; ROCHE, 1994; RUBIO, 2007; BLACK, 2007; PILLAY; BASS, 2008; HORNE, 2007), os legados para as cidades sedes são diversos, incluindo uma série de contribuições para a melhoria da qualidade de vida da população. Defende-se a ideia de que esse tipo de acontecimento provoca na cidade um conjunto de alterações, especialmente nas relações ambientais, culturais, econômicas, políticas e sociais, seu processo de captação, realização e pós-realização.

A seguir, apresentamos algumas dimensões dos legados dos megaeventos esportivos: 1. Esportivo – novas e modernas instalações esportivas; incentivo à formação de atletas; programas de incentivo ao esporte em geral; 2. Turístico – melhorias de infraestrutura para o setor e ampliação da marca internacional da cidade; captação de mais e maiores eventos; 3. Urbanístico – intervenções urbanas, de melhor qualidade do sistema de mobilidade urbana etc.; 4. Empresarial – capacitação empresarial; 5. Social – melhoria das condições de vida da população; 6. Lazer – mais praticantes de atividades físicas.

No caso das cidades que se candidatam para sediar megaeventos, geralmente elas se utilizam de uma estratégia que oportuniza: (a) exposição midiática regional, nacional e Internacional da cidade; (b) o desenvolvimento de projetos de reestruturação urbana; (c) alavancar o esporte local; (d) aquecimento da economia e promoção do desenvolvimento local (RODRIGUES, 2012; HORNE, 2007).

## Investimentos e financiamentos dos megaeventos esportivos

Segundo Black (2007), na ocasião de hospedar um megaevento esportivo, a busca por um status de “cidade do mundo” é, geralmente, bem sucedida de forma legítima com a associação ao megaevento que se incorpora as características da cidade após sua realização. Nesta perspectiva simbólica, nos países “menos desenvolvidos” percebe-se o envolvimento de oficiais de altos cargos para o desenvolvimento dos megaeventos, tendo sempre uma preocupação em comparar com a organização dos megaeventos realizados nos países ricos ou “do norte” (BLACK, 2007).

Os atores políticos e dirigentes esportivos se esforçam para produzir um evento de forma profissional, tentando evitar falhas. Buscam criar uma imagem positiva do evento para poder ganhar legitimidade e apoio da população local, e ainda mostrar que todo o esforço é em nome do desenvolvimento da cidade, do estado e da nação. No entanto, é necessário cautela em relação ao poder do megaevento como fator de desenvolvimento econômico e social. Neste sentido, concordamos com Horne (2007, p. 92) quando defende o argumento de que os megaeventos são uma parte significativa da experiência da modernidade, mas não podem ser vistos como panaceia, como solução para os problemas sociais e econômicos.

Sabemos que a organização e a realização de um megaevento exigem um investimento bilionário de verbas públicas de países-sede.

Matheson (2002) enfatiza que diversos estudos tendem geralmente a superestimar o impacto econômico dos megaeventos sobre a economia local.

Ao estudarem os impactos da Copa do Mundo em 2006 na Alemanha, Brenke e Wagner (2006), constataram que as expectativas estavam sobrevalorizadas, de forma que os empregos adicionais eram somente temporários e os custos de infraestrutura

e promoção da Copa-2006 foram bastante elevados. Chegaram a conclusão de que os principais beneficiários dos eventos foram a Fifa e a *German Football Association* (DFB).

Pillay e Bass (2008) destacam que os empregos gerados pela construção de estádios na África do Sul para a Copa do Mundo 2010 foram temporários e após o evento esportivo o desemprego urbano aumentou naquele país, ao contrário que se esperava na época da preparação para sediar o megaevento.

Swinnen e Vandemoortele (2008) apontaram importantes diferenças entre a Alemanha e a África do Sul como sedes da Copa do Mundo. A primeira diferença refere-se aos custos de investimentos em infraestrutura. Destacaram que na África do Sul os investimentos requeridos foram muito altos para construir novos estádios, na Alemanha que já detinha a maior parte dos estádios, os investimentos se limitaram a adequações dos estádios em conformidade com as normas da Fifa. Como era de se esperar, os investimentos em infraestrutura urbana foram maiores na África do Sul. Outra diferença significativa diz respeito ao custo do capital e ao custo do trabalho. O custo do capital é maior em países em desenvolvimento, ou seja, dinheiro gasto no evento representa dinheiro não gasto em outras áreas, tal como o sistema de saúde. No entanto, nesses países os salários são relativamente baixos, possibilitando uma pequena redução nos custos operacionais e de infraestrutura.

Um aspecto crucial nos debates em torno da organização e hospedagem de megaeventos esportivos é o financiamento dos investimentos requeridos, sendo geralmente recursos públicos, o que pode gerar redução de outras despesas ou elevação da dívida pública. A literatura mostrar apenas em 2006, após 30 anos da realização dos Jogos Olímpicos, a cidade de Montreal conseguiu sanar uma dívida de R\$ 2,8 bilhões (GOLDEN GOAL, 2010). A principal questão posta neste debate é se o financiamento dos megaeventos com recursos públicos promove um retorno mais eficiente quando comparado com os retornos de outras formas

de investimentos, como por exemplo, no sistema de saúde e de educação (SWINNEN; VANDEMOORTELE, 2008). Para Barclay (2009), a construção de novos estádios pode aumentar atividade econômica, mas também pode elevar os custos de oportunidade para o setor público e, geralmente, tem por consequência a redução de outros serviços públicos, um maior empréstimo do governo ou impostos mais altos.

Além do endividamento público, a falta de planejamento após o megaevento esportivo pode provocar a subutilização das infraestruturas construídas e, com isso, produzir alto custo de manutenção. Para os países em desenvolvimento existem grandes riscos na promoção de um megaevento, haja vista que os estádios construídos podem se tornar “elefantes brancos” (BARCLAY, 2009). Quatro anos após os Jogos Olímpicos de Sidney, o Estado precisou assumir os custos de manutenção das arenas e estádios em virtude da quebra da empresa responsável pela administração dessas infraestruturas (GOLDEN GOAL, 2010). A Coreia do Sul e o Japão se preocupam com o baixo uso e altos custos de manutenção dos estádios construídos para Copa do Mundo de 2002. A Coreia do Sul gastou cerca de US\$ 2 bilhões na construção de 10 estádios novos. O Japão construiu 07 estádios ao custo de US\$ 4 bilhões (WATTS, 2002). Por ano, o Governo da Grécia despende aproximadamente R\$ 202 milhões em custo de manutenção da infraestrutura construída para os jogos (WATTS, 2002).

## **Impactos e possíveis legados da Copa do Mundo de 2014 no Futebol de Mato Grosso**

Apresentaremos alguns dos projetos do Poder Público (federal, estadual e municipal) na preparação de Cuiabá para sediar a Copa do Mundo de 2014. Lembramos que estas ações estão em fase de implementação/construção e/ou de projetos, pois muitas obras não foram ainda concluídas. Segundo dados da Secopa, o orçamento para o ano de 2013 foi de R\$ 1.229.134.569,00.

## Mobilidade urbana

Um dos aspectos mais debatidos/comentados no processo de preparação das cidades para receber jogos da Copa do Mundo de 2014 foi e continua sendo a mobilidade urbana. De acordo com Vargas (2008, p. 8), a mobilidade urbana “é definida como a capacidade de deslocamento de pessoas e bens no espaço urbano para a realização de suas atividades cotidianas (trabalho, abastecimento, educação, saúde, cultura, recreação e lazer), num tempo considerado ideal, de modo confortável e seguro”.

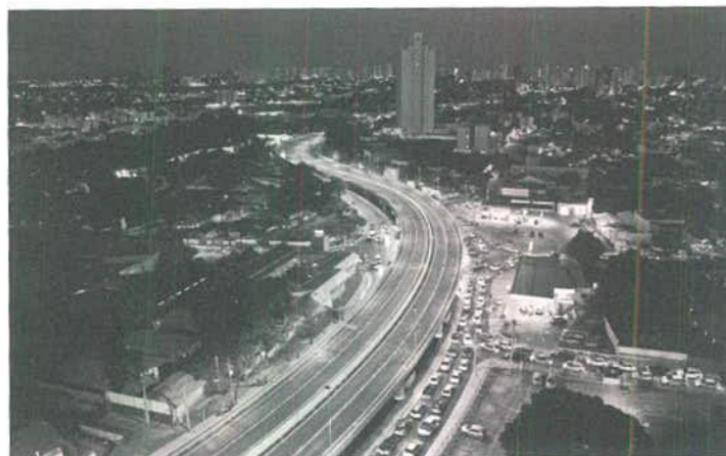
As obras de mobilidade urbana para a Copa do Mundo 2014 “estão sendo consideradas como “o PAC da mobilidade urbana” pelo governo federal, que investirá R\$ 7,9 bilhões nas intervenções urbanas programadas, como VLTs, BRTs, monor trilhos e obras viárias” (Na sombra dos megaeventos: exceção e apropriação privada, 2012, p. 46). Os recursos para esta finalidade são da Caixa Econômica Federal – R\$ 6,4 bilhões e do BNDES, que apoia apenas um projeto de mobilidade urbana em todo país, a rodovia Transcarioca – T5, no Rio de Janeiro, no valor de R\$ 1,2 bilhões. A previsão é de que R\$ 12,3 bilhões sejam gastos neste tipo de intervenção. A melhoria no transporte urbano foi um dos itens mais explorados durante a candidatura de Cuiabá a subssede da Copa 2014.

Foto 1 – Viaduto Avenida da FEB – Obras de Mobilidade Urbana em Cuiabá



Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/download.php?id=278886>.

Foto 2 – Viaduto do Despraiado – Cuiabá/MT



Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/download.php?id=278886>.

O projeto com as obras de mobilidade urbana em Cuiabá está construindo de uma nova cidade com 23 grandes obras, VLT, duplicação e alargamento de vias, entre outras obras (SECOA, 2013, <http://www.cuiaba2014.mt.gov.br/pw/>, Acesso em: 04/10/2013).

O Plano de Mobilidade Urbana da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá – RMVRC pretende implantar a nova rede de transporte coletivo (sistema tronco-alimentado) em Cuiabá e Várzea Grande com integração das linhas intermunicipais na região de maneira que atenda às necessidades dos jogos da Copa 2014 e, mais ainda, que ofereça à sua população melhores condições de deslocamento no seu dia a dia (SECOA, 2012).

Foto 3 – Obras do VLT em Cuiabá/MT



Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/download.php?id=282378>

As intervenções em curso incluem um corredor exclusivo de ônibus e vias de acesso à arena. O Veículo Leve sobre Trilho (VLT) está orçado em R\$ 1,4 bilhão (R\$ 1.477.617.277,15) São 22,8 quilômetros, que incluem 33 estações, três terminais, um

pátio de garagem e 11 obras de arte especiais (Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/index2.php?sid=836>, Acesso em: 31 de julho de 2013). O corredor Mário Andreazza estimado em R\$ 46,0 milhões (MATRIZ DE RESPONSABILIDADE, Cuiabá – Mato Grosso, 2013).

#### *Arena Pantanal*

A Arena Pantanal foi construída no mesmo local do Estádio Governador José Fragelli, também chamado de Verdão. Trata-se de um novo estádio com padrão europeu e multiuso para utilização em outros grandes eventos (SECOPA, 2011, <http://www.cuiaba2014.mt.gov.br/pw/> Acesso em: 04/10/2013).

Foto 4 – Arena Pantanal – Cuiabá/MT



<http://www.mtnacopa.com.br/download.php?id=274725>

Segundo dados da Secretaria Especial da Copa e da Matriz de Responsabilidades, o investimento na construção da área foi de R\$ 570,10 milhões, dos quais R\$ 339,00 milhões por meio de financiamento federal e R\$ 232,10 derivado de investimentos do governo estadual. A arena conta com dois centros de treinamento e ainda tem restaurantes, hotéis, estacionamentos, lagos, bosque e pista para caminhada. O espaço, depois do mundial, ainda está sendo utilizado para jogos dos campeonatos mato-grossense e brasileiro e como centro de convenções, palco para shows e feiras (MATRIZ DE RESPONSABILIDADE – Cuiabá – Mato Grosso, 2013). A Arena Pantanal tem capacidade para 44,5 mil espectadores com arquibancadas e coberturas desmontáveis, sendo que, depois do evento.

Se considerarmos que Cuiabá não possui clube de futebol profissional com expressão nacional capaz de lotar um grande estádio, são muitas as preocupações com a utilização do estádio depois da Copa, podendo-se tornar um “elefante branco”, mesmo sendo apontada como uma arena multiuso. São muitos os custos de manutenção das arenas construídas para sediar jogos em megaeventos esportivos, os custos de manutenção dos estádios são de cerca de 10% do valor da construção.

## **Campos Oficiais de Treinamento – COTs**

Atendendo as exigências da Fifa, cada cidade-sede teve que fornecer uma estrutura adequada para treinamento e preparação física dos atletas das seleções que disputaram os jogos da Copa do Mundo Fifa Brasil 2014. No caso de Cuiabá/MT, esta cidade colocou à disposição da Fifa dois Campos Oficiais de Treinamento, que são o Campo Oficial de Treinamento Barra do Pari e Campo Oficial de Treinamento da UFMT.

## O Campo Oficial de Treinamento do Pari

Foto 5 – Campo Oficial de Treinamento do Pari



Fonte: SECOPA, 2014.

O Campo Oficial de Treinamento Barra do Pari está sendo construído em uma área de cerca de 52 mil metros quadrados, tendo capacidade para três mil torcedores nas arquibancadas, salas de imprensa, cabines de transmissão, vestiários, camarotes, 250 vagas de estacionamento. O Centro de Treinamento seria para preparação das seleções em seus treinamentos diários visando a Copa do Mundo de 2014, ficando como um dos legados do Mundial para Várzea Grande/MT, sendo este o primeiro estádio de futebol oficial da cidade (Fonte: <http://www.mtna-copa.com.br/index2.php?sid=363>, Acesso em: 09/09/2013). O valor inicial destinado à construção do COT do Pari foi de R\$ 28.884.392,67 milhões. As obras estão em andamento e tem previsão de ser concluído no final de 2013 (TCE, Relatório de Acompanhamento de Obras, 2014).

Em relação ao deslocamento das seleções dos Centros de Treinamento até a Arena Pantanal, cabe lembrar que a distância entre o COT e a Arena Pantanal, palco dos jogos da Copa do

Mundo de 2014, é de 2,7 Km, buscando atender também umas das exigências da Fifa, que fixou o tempo máximo de 20 minutos no deslocamento entre os centros e os estádios (Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/index2.php?sid=363>, Acesso em: 09/09/2013). Esta obra está em andamento.

## O Campo Oficial de Treinamento UFMT

O COT UFMT está sendo construído no campo de futebol, ao lado do Ginásio Poliesportivo da Universidade, no Campus da UFMT em Cuiabá, tendo capacidade para abrigar 1,5 mil torcedores. O valor da obra foi R\$ 17.352.950,96 milhões de reais (MATRIZ DE RESPONSABILIDADE, Cuiabá – Mato Grosso, 2013). O Centro Oficial de Treinamento terá uma pista oficial de atletismo de padrão internacional, com piso sintético e 400 metros de comprimento, a qual certamente será referência em Mato Grosso para treino e realização de competições esportivas (Fonte: <http://www.mtnacopa.com.br/index2.php?sid=363>, Acesso em: 09/09/2013). Esta obra não foi concluída ainda.

Foto 6 – Campo Oficial de Treinamento da UFMT

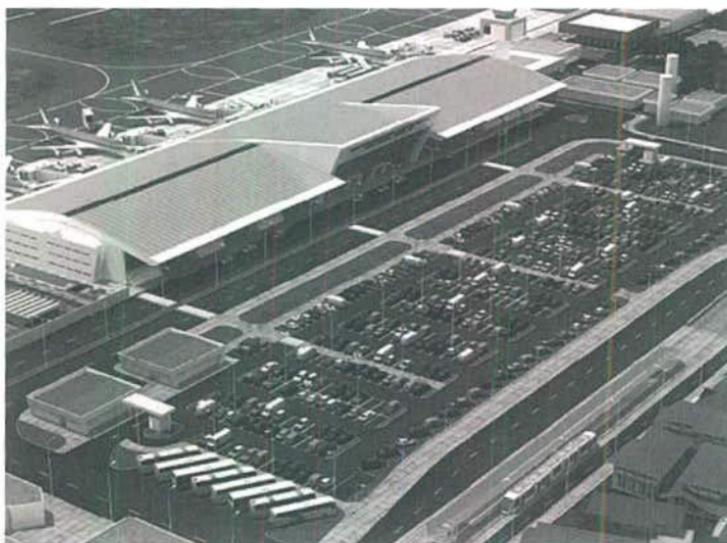


Fonte: SECOPA, 2014.

## Aeroporto

O Aeroporto Marechal Rondon localiza-se em Várzea Grande, cidade com a qual Cuiabá é conurbada. Também estava previsto receber investimentos para que as suas condições estruturais fossem melhoradas e ampliadas, entretanto, o que já se iniciou de fato foi a construção de um Módulo Operacional (MOP), que tem como objetivo melhorar as condições de desembarque (RODRIGUES, 2012).

Foto 7 – Aeroporto Internacional Marechal Rondon



Fonte: SECOPA, 2014.

Acredita-se que um dos grandes legados da Copa de 2014 para a capital mato-grossense é a ampliação de seu aeroporto. Devido à preocupação da Fifa e da CBF com a demanda de passageiros no Mundial, o governo federal abriu os cofres para resolver o problema das cidades-sede. Como resultado, o

Marechal Rondon, em Várzea Grande, recebeu a ampla reforma tão esperada – e adiada por falta de recursos – no valor de R\$ 85 milhões, podendo quadruplicar sua capacidade. As obras do Aeroporto ainda estão em andamento (SECOPA, 2014, <http://www.cuiaba2014.mt.gov.br/pw/>, Acesso em: 20 maio 2014).

Estão previstas para o Aeroporto Marechal Rondon a reforma e ampliação do terminal de passageiros, a adequação do sistema viário e a construção de estacionamentos e de um módulo operacional provisório, este último já concluído. Ao todo, segundo informações do Balanço do Governo Federal referente a maio de 2014, serão R\$ 101 milhões em investimentos (Fonte: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/sedes/cuiaba/aeroporto>. Acesso em: 14/05/2014).

## **Notas sobre os legados da Copa do Mundo 2014 no Futebol de Mato Grosso**

Em relação ao futebol profissional de Mato Grosso, é importante destacar que se trata de um estado em que este esporte profissional passa por importantes mudanças e crises, especialmente entre os principais clubes, como Mixto Esporte Clube e Clube Esportivo Operário Várzea-grandense, além dos times de Rondonópolis, União, Rondonópolis e o Vila Aurora.

Uma pesquisa da Consultoria Pluri, realizada em 2014, mostrou que temos o campeonato de futebol profissional com o menor valor de mercado. O campeonato local tem 09 clubes participantes (em 2014), tendo 10,3 milhões de Euros como valor de mercado do campeonato total, e representa cerca de 34,2 milhões de reais. Este valor teve variação negativa de -20% em relação ao campeonato de 2013. O valor médio de mercado por clube de Mato Grosso é de 1,1 milhões de Euros, bem abaixo dos times do Sergipe (1,3), Piauí (1,4), Espírito Santo (1,4), Paraíba (1,4), Maranhão (1,4), Para (1,4), Mato Grosso do Sul (1,2), Distrito Federal (1,3) e Goiás (5,7). O time mais valioso

no caso é o Luverdense, de Lucas do Rio Verde (Fonte: PLURI Especial – Valor de Mercado dos Estaduais e Copa do Nordeste 2014 – 30/01/2014, [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br)).

No que diz respeito à média de público do futebol profissional brasileiro, a PLURI Consultoria divulgou pesquisa que mostra que a cidade de São Paulo foi a que mais teve público presente nos estádios em 2013, sendo que dos 123 jogos realizados na cidade, a média de torcedores presentes por jogo foi de 18.920, seguida de Porto Alegre-RS, com média de 16.780 torcedores por jogo, Araraquara com 16.194, Belo Horizonte com 15.776 e Recife com 14.720. A média nacional foi de 4.672 torcedores por jogo, sendo que apenas 30 cidades tiveram média superior a esta. Mais da metade das cidades tiveram média inferior a 1.000 torcedores por jogo.

A menor média de público em todo o Brasil foi encontrada na cidade de Rio Preta da Eva (AM), com cerca de 106 torcedores por jogo, seguida de Porto Velho (RO) com 132, Propriá (SE) com 143, Iranduba (AM) com 146 e Chapadão do Sul (MS) (Fonte: Ranking Brasileiro de Público e Renda em 2013, por cidade – 05/03/2014, [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br)).

Em relação ao ranking de Público e Renda por cidade em 2013, temos São Paulo na primeira posição (1<sup>o</sup>), com média de público por jogo de 18.920, público total de torcedores – 2.327,2 milhões, média de renda por jogo de R\$ 588.600, renda total de 72.397,8 milhões de reais e ticket médio por torcedor de R\$ 31,11.

Neste Ranking, o futebol de Mato Grosso aparece em 79<sup>o</sup> lugar, representado pela cidade de Lucas do Rio Verde (MT), com média de público por jogo de 1.677 torcedores (79<sup>o</sup>), 41,9 mil torcedores no total de presentes em todos os jogos (51<sup>o</sup>), com renda média por jogo de R\$ 56.851 (39<sup>o</sup>), renda total de R\$ 1.421,3 (32<sup>o</sup>), tendo o preço do ticket médio de R\$ 33,91 (10<sup>o</sup>). É bom lembrar que se trata da cidade do Luverdense, clube que está disputando a Série B do campeonato Brasileiro de Futebol.

Neste mesmo Ranking, a cidade de Cuiabá/MT, aparece em 122ª posição, com média de público por jogo de 805 torcedores, com público total de 37 mil torcedores no ano, e renda média de R\$ 10.846, com renda total de R\$ 498,9 mil torcedores e com ticket de R\$ 13,47 como preço médio. Neste mesmo ranking, a próxima cidade de Mato Grosso a constar é Cáceres, em 139ª posição no tocante ao público médio, com 630 torcedores por jogo de futebol e 5.000 mil torcedores no total dos jogos, com média de renda de R\$5.756, renda total de 46,1 mil torcedores, tendo R\$ 9,00 como preço médio do ticket por torcedor.

No ranking de público nos estádios em relação ao tamanho da população, temos em 1º lugar a cidade de Salgueiro-PE, com Público total de 151,9 mil torcedores em 2013, com população de 59 mil habitantes, tendo como

A Tabela 2 mostra um panorama geral dos jogos realizados na Arena Pantanal em 2014 envolvendo clubes profissionais de futebol de Mato Grosso. Foram realizados 14 jogos, envolvendo Copa do Brasil, Séries B, C e D do campeonato Brasileiro. Outros times do eixo Rio-São Paulo realizaram jogos na Arena.

Tabela 2 – Jogos realizados na Arena Pantanal em 2014 pelos clubes profissionais de Mato Grosso

Jogo	Público (Nº de torcedores)	Renda (em R\$)	Série	Data
Mixto x Santos-SP	17.000	788.760,00	Copa do Brasil	02/04/2014
Cuiabá X Internacional-RS	21.385	884.085,00	Copa do Brasil	01/05/2014
Luverdense X Vasco-RJ	15.829	708.400,00	Brasileirão Série B	26/04/2014
Operário X Tombense – MG	10.605	184.030	Brasileirão Série D	03/08/2014

Jogo	Público (Nº de torcedores)	Renda (em R\$)	Série	Data
Operário X Luziânia – GO	1.372	19.010,00	Brasileirão Série D	10/08/2014
Operário X Barueri – SP	3.284	35.546,08	Brasileirão Série D	31/08/2014
Operário X Goianésia – GO	1.277	13.252,00	Brasileirão Série D	21/09/2014
Cuiabá X Águia de Marabá-PA	1.925	14.475,00	Brasileirão Série C	27/09/2014
Cuiabá X Paysandu-PA	14.401	215.020,00	Brasileirão Série C	20/07/2014
Cuiabá X CRB-AL	11.833	184.030,00	Brasileirão Série C	03/08/2014
Cuiabá X Fortaleza-CE	14.404	248.845,00	Brasileirão Série C	16/08/2014
Luverdense X Náutico – PE	14.404	248.845,00	Brasileirão Série B	16/08/2014
Cuiabá X Botafogo-PB	2.355	18.840,00	Brasileirão Série C	14/09/2014
Cuiabá X Asa – AL	13.000	50.170,05	Brasileirão Série C	31/08/2014

Fonte: Elaboração própria (2014).

A seguir, analisaremos parte da entrevista que realizamos com um dos dirigentes do futebol profissional de Mato Grosso. Trata-se de Cristiano Dresch – Vice-presidente do Cuiabá Esporte Clube, que falou sobre os impactos da Copa do Mundo 2014 em Cuiabá e no futebol profissional de Mato Grosso.

Indagamos sobre sua avaliação sobre a realização da Copa do Mundo em Cuiabá. Segundo ele, “Foi muito boa, tudo funcionou conforme o planejado. Foi um sucesso. A população que não conhecia ainda um estádio do nível da Arena Pantanal e foi, gostou muito”. O dirigente destaca o sucesso do evento e a novidade do Estádio de Futebol padrão Fifa em Cuiabá. Além

de destacar a organização do evento e a dimensão festiva da Copa do Mundo 2014.

Quais os pontos positivos e negativos da Copa do Mundo 2014 para o futebol de Mato Grosso?

Ponto negativo não teve nenhum para o futebol de MT. Só pontos positivos, como a construção da Arena Pantanal, um estádio que propicia o estado a estar numa lista dos melhores estádios do Brasil, um estádio que pode receber qualquer tipo de evento de futebol, pequenos ou grandes, um estádio moderno, que dá ao atleta a condição de estar jogando, praticando o esporte dele da melhor forma possível. Também a construção dos dois Centros Oficiais de Treinamento (COTs), do bairro do Pari e da UFMT, que são legados muito importantes para o futebol. São dois estádios que podem ser utilizados em partidas pequenas, dos times que não tem tanta torcida. Outro legado foi a volta do torcedor para o estádio, o Cuiabá mesmo teve alguns jogos pós Copa do Mundo em Cuiabá com público muito bom, então no meu ponto de vista só tiveram pontos positivos a realização da Copa do Mundo para o futebol de Mato Grosso.

A respeito do principal legado da Copa do Mundo 2014 para o futebol de Mato Grosso, a Arena Pantanal, especialmente no que diz se refere ao uso da Arena e à ajuda do governo do estado, o Vice-Presidente do Cuiabá afirma que

O governo ajudou muito o Cuiabá, apoiou todos os clubes locais que jogaram na Arena. Nós não pagamos aluguel, tivemos auxílio logístico da Secretaria Extraordinária da Copa do Mundo (Secopa), pagamos somente as despesas operacionais. A ajuda foi muito importante para o sucesso das rodadas duplas.

Pela fala do dirigente, o poder público estadual subsidiou o uso da Arena durante esse período pós-Copa do Mundo. Neste período, considerando que as despesas de manutenção da Arena Pantanal foram arcadas pelo Governo do estado, os jogos dos times locais foram realizados no novo estádio.

De que forma o Cuiabá pretende usar a Arena Pantanal no próximo ano?

“A partir de 2015 esperamos poder usar a Arena da mesma forma que usamos em 2014, ou seja, com subsídio do Governo do estado. Nós já procuramos o governador eleito, Pedro Taques, para discutir esse assunto, com isso esperamos que permaneçam as condições para o ano que vem, para poder viabilizar a utilização do estádio. Caso tenhamos que pagar um aluguel muito alto ou se a Arena venha a ser privatizada, e a empresa que vier a assumir colocar taxas altas vai ser inviável os jogos na Arena dos times daqui”. A fala do dirigente esportivo mostra que o futebol local não terá condições de utilizar a Arena Pantanal se a mesma for privatizada, pois os gastos com sua manutenção são muito elevados, por isso, os times locais precisam da ajuda do poder público.

Considerando que o Governo de Mato Grosso pretende abrir um processo licitatório para alguma empresa administrar a Arena Pantanal, indagamos o dirigente sobre sua posição a respeito da concessão/privatização da Arena Pantanal:

Depende dos custos que forem cobrados. Independente de privatização ou não, a Arena precisa ser subsidiada para os clubes locais. Isto porque os clubes daqui não conseguem arcar ainda com os gastos totais de uma Arena moderna como essa”(Cristiano, Vice-Presidente do Cuiabá Esporte Clube).

Não tem possibilidade dos clubes locais arcarem com elevados custos de manutenção da Arena Pantanal.

Perguntamos ao dirigente do Cuiabá se o governo do estado auxiliou financeiramente o futebol de Mato Grosso desde 2009.

“Não recebemos nenhum incentivo financeiro em função disso. E eu acho um erro muito grande o governo não incentivar os clubes da capital”. A respeito dos investimentos do poder público estadual no futebol profissional de Mato Grosso, o dirigente falou que não teve qualquer tipo de ajuda.

de destacar a organização do evento e a dimensão festiva da Copa do Mundo 2014.

Quais os pontos positivos e negativos da Copa do Mundo 2014 para o futebol de Mato Grosso?

Ponto negativo não teve nenhum para o futebol de MT. Só pontos positivos, como a construção da Arena Pantanal, um estádio que propicia o estado a estar numa lista dos melhores estádios do Brasil, um estádio que pode receber qualquer tipo de evento de futebol, pequenos ou grandes, um estádio moderno, que dá ao atleta a condição de estar jogando, praticando o esporte dele da melhor forma possível. Também a construção dos dois Centros Oficiais de Treinamento (COTs), do bairro do Pari e da UFMT, que são legados muito importantes para o futebol. São dois estádios que podem ser utilizados em partidas pequenas, dos times que não tem tanta torcida. Outro legado foi a volta do torcedor para o estádio, o Cuiabá mesmo teve alguns jogos pós Copa do Mundo em Cuiabá com público muito bom, então no meu ponto de vista só tiveram pontos positivos a realização da Copa do Mundo para o futebol de Mato Grosso.

A respeito do principal legado da Copa do Mundo 2014 para o futebol de Mato Grosso, a Arena Pantanal, especialmente no que diz se refere ao uso da Arena e à ajuda do governo do estado, o Vice-Presidente do Cuiabá afirma que

O governo ajudou muito o Cuiabá, apoiou todos os clubes locais que jogaram na Arena. Nós não pagamos aluguel, tivemos auxílio logístico da Secretaria Extraordinária da Copa do Mundo (Secopa), pagamos somente as despesas operacionais. A ajuda foi muito importante para o sucesso das rodadas duplas.

Pela fala do dirigente, o poder público estadual subsidiou o uso da Arena durante esse período pós-Copa do Mundo. Neste período, considerando que as despesas de manutenção da Arena Pantanal foram arcadas pelo Governo do estado, os jogos dos times locais foram realizados no novo estádio.

De que forma o Cuiabá pretende usar a Arena Pantanal no próximo ano?

“A partir de 2015 esperamos poder usar a Arena da mesma forma que usamos em 2014, ou seja, com subsídio do Governo do estado. Nós já procuramos o governador eleito, Pedro Taques, para discutir esse assunto, com isso esperamos que permaneçam as condições para o ano que vem, para poder viabilizar a utilização do estádio. Caso tenhamos que pagar um aluguel muito alto ou se a Arena venha a ser privatizada, e a empresa que vier a assumir colocar taxas altas vai ser inviável os jogos na Arena dos times daqui”. A fala do dirigente esportivo mostra que o futebol local não terá condições de utilizar a Arena Pantanal se a mesma for privatizada, pois os gastos com sua manutenção são muito elevados, por isso, os times locais precisam da ajuda do poder público.

Considerando que o Governo de Mato Grosso pretende abrir um processo licitatório para alguma empresa administrar a Arena Pantanal, indagamos o dirigente sobre sua posição a respeito da concessão/privatização da Arena Pantanal:

Depende dos custos que forem cobrados. Independente de privatização ou não, a Arena precisa ser subsidiada para os clubes locais. Isto porque os clubes daqui não conseguem arcar ainda com os gastos totais de uma Arena moderna como essa”(Cristiano, Vice-Presidente do Cuiabá Esporte Clube).

Não tem possibilidade dos clubes locais arcarem com elevados custos de manutenção da Arena Pantanal.

Perguntamos ao dirigente do Cuiabá se o governo do estado auxiliou financeiramente o futebol de Mato Grosso desde 2009.

“Não recebemos nenhum incentivo financeiro em função disso. E eu acho um erro muito grande o governo não incentivar os clubes da capital”. A respeito dos investimentos do poder público estadual no futebol profissional de Mato Grosso, o dirigente falou que não teve qualquer tipo de ajuda.

## Considerações finais

A realização da Copa do Mundo de 2014 pelo Brasil sem dúvida tornou possível a efetivação de um conjunto de investimentos que está incrementando importantes setores econômicos do País. Trata-se de um processo que pode beneficiar cidades, estados e regiões no período de realização dos jogos, bem como deixará legados econômicos pós-evento. Entre os eventuais efeitos/impactos, destacamos: (a) aumento da exposição da cidade no cenário internacional; (b) incremento do potencial turístico em diversos pontos dos Estados; (c) ampliação da estrutura hoteleira; (d) expansão de aeroportos; (e) capacitação de mão de obra; (f) construção de novos estádios de futebol; (g) aumento da eficiência do sistema de transporte público; (h) aumento do número de micro e médias empresas na região; (i) melhoria do sistema de transporte urbano; (j) desenvolvimento da infraestrutura na região.

O impacto real da Copa do Mundo de 2014 no desenvolvimento econômico e social do Brasil ainda está sendo analisado, pois volumes altos de investimentos foram realizados em todas as regiões do país, afetando diretamente o desenvolvimento das cidades-sede e o seu entorno. Sabemos que o Governo brasileiro anunciou diversos investimentos em obras de infraestrutura, reformas e construção de estádios, as quais obedeceram a um criterioso planejamento, incluindo as obras de cada cidade-sede, e estão detalhadas nas Matrizes de Responsabilidades com o objetivo de dividir as tarefas de cada ente federativo, além da abertura de linhas de financiamento exclusivas. Os investimentos abrangeram diversas áreas, não apenas aos setores relativos ao esporte.

Este texto apresentou brevemente alguns dos principais impactos e legados da Copa do Mundo 2014 em Cuiabá/MT, a partir de resultados parciais da pesquisa que estamos realizando acerca dos “Investimentos e Legados da Copa do Mundo 2014

em Cuiabá/MT". A previsão do término da pesquisa é dezembro de 2015.

Os resultados parciais indicam que existe um processo em curso de grandes transformações econômicas, políticas, culturais, esportivas e simbólicas na capital de Mato Grosso. No caso da dimensão esportiva, constamos a partir das análises preliminares que a Arena Pantanal e os COTs do Pari e da UFMT são os principais legados tangíveis. Para que esses equipamentos esportivos sejam de fato utilizados racionalmente é necessária uma definição do modelo de gestão, pois não sabemos ainda como e por quem serão administrados. Os dirigentes esportivos e os torcedores de futebol em Cuiabá reclamam e esperam que o poder público implemente ações para subsidiar o uso da Arena Pantanal pelos times profissionais locais.

## Referências

- BARCLAY, J. Predicting the costs and benefits of mega-sporting events: misjudgement of olympic proportions? *Economic Affairs*, v. 29, n. 2, p. 62-66, jun. 2009.
- BASTOS, M; COBOS, P. Verba pública financiará 94% dos estádios da Copa. Documento do Ministério do Esporte mostra que país vai gastar R\$ 5,3 bilhões. *Folha de São Paulo*. P. D1. fevereiro de 2010.
- BECHARA, Marco. Modelo M4 Para Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos com Foco na Responsabilidade Social e Políticas Públicas. In: DACOSTA, L.; CORRÊA, D. et al., *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.
- BLACK, David. The Symbolic Politics of Sport Mega-Events: 2010 in Comparative Perspective. *Politikon*, v. 34, n. 3, p. 261- 276, dez. 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 2000.
- BRASIL. Tribunal de Contas da União. *O TCU e a Copa do Mundo de 2014: relatório de situação: março 2012*. TCU. Brasília: TCU, 2012.
- \_\_\_\_\_. Lei 9394 de 20 de dezembro de 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm)>.

\_\_\_\_\_. Lei 10.172 de 9 de janeiro de 2001. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/leis\\_2001/110172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/110172.htm)>.

\_\_\_\_\_. Lei 11.494 de 20 de junho de 2007. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/Lei/L11494.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/Lei/L11494.htm)>.

BRENKE, K.; WAGNER, G. G. The Soccer World Cup in Germany: A Major Sporting and Cultural Event – *But Without Notable Business Cycle Effects*. *DIW Berlin Weekly Report*. v. 2, n. 3, p. 23-31, 2006.

COPA 2014. <[www.esporte.gov.br](http://www.esporte.gov.br)>.

DACOSTA, Lamartine Pereira. *Olympic Studies: Current Intellectual Crossroads*. Rio de Janeiro: Gama Filho, 2002.

\_\_\_\_\_. Em busca de um Modelo de Avaliação e de Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos. In: RUBIO, K. (Org.). *Megaeventos Esportivos, legado e responsabilidade social*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007.

DOMINGUES, Edson Paulo *et al.*, Texto para discussão n° 382 – *Copa do Mundo 2014: Impactos Econômicos no Brasil*, em Minas Gerais e Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD%20382.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2010.

\_\_\_\_\_; BETARELLI JUNIOR, Admir Antonio; MAGALHÃES, Aline Souza. Quanto vale o show? Impactos econômicos dos investimentos da Copa do Mundo 2014 no Brasil. *Estudos Econômicos*. São Paulo, v. 41, n. 2, p. 409-439, 2011.

ELIAS, N.; DUNNING, E. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel, 1992.

FIGUEIREDO, Fábio; LIMA, Elaine Carvalho; ARAÚJO, Marcelo Augusto. Os impactos e Legados nefastos dos megaeventos esportivos no Brasil: Copa do Mundo de 2014 e jogos olímpicos 2016. *Anais do XIV Encontro de Geógrafos de América Latina*, Lima, 2013. Disponível em: <[http://www.egal2013.pe/wp-content/uploads/2013/07/Tra\\_Marcelo-Fabio-Elaine.pdf](http://www.egal2013.pe/wp-content/uploads/2013/07/Tra_Marcelo-Fabio-Elaine.pdf)>.

FIFA World Cup and its Urban Development Implications. *Urban Forum*, v. 19, p. 329-346, 2008.

GOLDEN GOAL SPORTS VENTURES LTDA (GOLDEN GOAL). *Calculando o impacto econômico de megaeventos esportivos*. 2010. Disponível em: <[http://www.goldengoal.com.br/br/downloads/Retorno\\_Jogos\\_Olimpicos.pdf](http://www.goldengoal.com.br/br/downloads/Retorno_Jogos_Olimpicos.pdf)>. Acesso em: 5 fev. 2010.

HORNE, John. The Four 'Knowns' of Sports Mega-Events. *Leisure Studies*, v. 26, n. 1, p. 81-96, January 2007.

MASCARENHAS, G. Megaeventos: Quem vai pagar a Conta? Entrevista: *CMI Brasil - Centro de Mídia Independente*. Disponível em: <<http://prod.midiaindependente.org/pt/red/2011/07/494345.shtml>>. Acesso em: 1 ago. 2011.

MATHESON, V. A. Mega-events: the effect of the world's biggest Sporting events on local, regional, and national economies, *Holy Cross Working Paper Series*, n. 06-10, 2006.

----- . Upon Further Review: An Examination of Sporting Event Economic Impact Studies. *The Sport Journal*, v. 5, n. 1, 2002.

MATIAS, Marlene. Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades. *Turismo & Sociedade, Curitiba*, v. 1, n. 2, p. 175-198, outubro de 2008.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. *Matriz de responsabilidades da Unidade Federativas*.

*Ministério do Esporte*. Janeiro de 2010. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/compromissosCopa2014.jsp>>. Acesso em: 3 fev. 2010.

----- . *Matriz de responsabilidades que entre si celebram os entes federativos abaixo nominados com o objetivo de viabilizar a execução das ações governamentais necessárias à realização da Copa das Confederações Fifa 2013 e da Copa do Mundo Fifa 2014*. Ministério do Esporte. Janeiro de 2010. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/compromissosCopa2014.jsp>>. Acesso em: 3 fev. 2010.

MORAGAS, M.; BOTELLA, M. (Org.). *Las claves del êxito: impactos sociales, deportivos, econômicos y comunicativos de Barcelona 92*. Barcelona: Centro de estúdios Olímpicos y del Deporte, 1996.

PILLAY, U.; BASS, O. *Mega-events as a Response to Poverty Reduction: The 2010 Fifa World Cup and its Urban Development Implications*. *Urban Forum*, v. 9, n. 3, p. 329-346, 2008.

Portal 2014. *Porque o Brasil*. Disponível em: <<http://www.copa2014.Org.br/porque-obrasil>>. Acesso em: 16 ago. 2011.

- PRONI, M. W. A reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing. *Revista digital Esporte e Sociedade*, ano 3, n. 9, jul.-out., 2008.
- ROCHE, Maurice. *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. New York: Routledge, 2001.
- RODRIGUES, F. X. F. Um Megaevento no Pantanal: preparativos para recepção da Copa do Mundo de 2014 em Cuiabá/MT. *Tomo*, Revista do Programa de Pós-graduação em Sociologia, UFS, n. 20, 2012.
- \_\_\_\_\_; FONSECA, C. R.; RODRIGUES, F. J. F. *Poder Público, Investimentos e Megaeventos Esportivos no Brasil: análise da Copa do Pantanal em Cuiabá/MT 2014*. 2013. Paper apresentado no GT Sociologia do Esporte, XVI Congresso Brasileiro de Sociologia, Salvador/BA, 10-13 de setembro 2013.
- \_\_\_\_\_; FONSECA, C. R.; VIANA, A. M.; BOROPONEPA, N. U.; RUSSO, F. S.; RODRIGUES, F. J. F. A Copa no Pantanal: percepções dos cuiabanos sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014 Cuiabá/MT. *Motrivivência* (Florianópolis), v. XXIV, p. 187-201, 2012.
- RUBIO, Katia (Org.). *Megaeventos esportivos, legados e responsabilidade social*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007.
- SAMPAIO, P. A. C.; DA SILVA, J. V. P.; BAHIA, C. S. Investimento em Infraestrutura do Mundial Fifa 2014: “Quem ganha?” e “Quem paga a fatura?”. *Motrivivência*, Ano XXIV, n. 39, p. 76-91, dez./2012.
- SECOPA. *Secretaria Especial da Copa*. Cuiabá/MT, 2012. [www.mtna-copa.com.br](http://www.mtna-copa.com.br)
- SIEGFRIED, John e ZIMBALIST, Andrew. The economics of sports facilities and their communities. *Nashville: Journal of Economic Perspectives*, 2000. v. 14, (3), p. 95-114.
- SWINNEN, J.; VANDEMOORTELE, T. Sports and development: An economic perspective on the impact of the 2010 World Cup in South Africa. *ICSSPE Bulletin*, v. 53, p. 1-6, 2008.
- TELES, VLADIMIR KÜHL. O impacto de uma Copa do Mundo no Brasil. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 13 fev. 2008, Caderno Opinião, p A3. Disponível em: <[http://www.espm.br/DownloadClipping/20080215/o\\_impacto\\_de\\_uma\\_copa\\_do\\_mundo\\_no\\_brasil-13.pdf](http://www.espm.br/DownloadClipping/20080215/o_impacto_de_uma_copa_do_mundo_no_brasil-13.pdf)> Acesso em: 30 set. 2010.

VARGAS, H. C. Imobilidade e o limite às escolhas da população. *Revista URBS*. Ano XII, n. 47, jul./ago./set. 2008.

VILLANO, Bernardo, SILVA, Dirce, RIZZUTI, Elaine, MIRAGAYA, Ana e DACOSTA, Lamartine. *Seminário Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos: Pontos de Convergência*. Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 2008.

WATTS, J. Japanese Stadiums Turn into White Elephants. Article in *The Guardian*, jul. 2002. *Na sombra dos megaeventos: exceção e apropriação privada - Copa 2014: recursos públicos, apropriação privada: financiamento para Copa do Mundo 2014*. Rio de Janeiro, 2012.

### *Site de órgãos estatais:*

SECOPA – [www.mtnacopa.com.br](http://www.mtnacopa.com.br)

# Os novos estádios e arenas do futebol brasileiro, o padrão Fifa e o consumidor do esporte:

o legado da Copa do Mundo 2014 e suas aproximações com o entretenimento

Ary José Rocco Júnior  
Leandro Carlos Mazzei

## Introdução

Para o Brasil sediar a Copa do Mundo Fifa 2014 a *Fédération Internationale de Football Association* (Fifa) exigiu a construção ou reforma de arenas ou estádios. Por decisões políticas e convenientes com a dimensão territorial do país, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) projetou a realização do evento em 12 sedes, 12 cidades escolhidas para terem estádios e arenas com o objetivo de acolher o evento mais importante do futebol mundial, a saber: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Salvador, Fortaleza, Manaus, Natal e Recife.

Para abrigar os 3.429.873 torcedores nas 64 partidas do torneio, o país investiu US\$ 4,5 bilhões (R\$ 8,4 bilhões) na adequação ou construção das 12 praças esportivas que foram palcos da chamada “Copas das Copas” (PLURI CONSULTORIA, 2014). Após a realização do evento, contabilizou-se uma média

de público de 53.591 espectadores por jogo, a segunda maior da história, só perdendo para a Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos, que apresentou média de 68 mil torcedores (DF SUPERESPORTES, 2014).

O suposto sucesso de público da competição pode ser mensurado pela taxa de ocupação de 98,4%, em média dos estádios, muito acima da expectativa da Fifa. Foram aproximadamente 3,2 milhões de ingressos vendidos ao público geral para todas as partidas da competição (PLURI CONSULTORIA, 2014).

Por outro lado, os investimentos realizados pelo Brasil nos estádios e arenas, através de seus mais diversos agentes, foram disparados os mais altos de toda a história dos mundiais. Comparando com os gastos neste tipo de instalações esportivas em outras edições do evento, como as Copas da Alemanha, em 2006, e da África do Sul, em 2010, o Brasil teve os assentos mais caros, na média, R\$ 12.650, contra R\$ 7.021 da África do Sul e R\$ 6.412 da Alemanha (PLURI CONSULTORIA, 2014).

Somente o Estádio Mané Garrincha, em Brasília, custou US\$ 830 milhões (R\$ 1,5 bi), seguido pela Arena Corinthians com US\$ 588 milhões (R\$ 1,2 bi) e pelo Maracanã com US\$ 578 milhões (R\$ 1,1 bi) (PLURI CONSULTORIA, 2014).

Como país sede da competição, o Brasil precisou reformar alguns antigos estádios e construir novas arenas para atender às exigências da Fifa, a promotora do evento, que edita o documento *Estádios de Futebol: recomendações e requisitos técnicos* (Fifa, 2011). O material estabelece os padrões de construção e atendimento ao consumidor que devem ser seguidos pelos países que promovem e organizam a Copa do Mundo de Futebol.

Em 2011, foi publicada a 5ª edição deste documento que estabeleceu ao Brasil a busca por um padrão de qualidade nos estádios e arenas que sediaram os jogos de futebol do evento. Este padrão, buscado a todo o custo nas novas instalações

esportivas envolvidas na Copa do Mundo foi denominado de “Padrão-Fifa” de qualidade (Fifa, 2011).

De acordo com a proposta da Fifa, os estádios e arenas destinados ao futebol devem ser concebidos para o entretenimento e envolver a participação de múltiplos públicos. Estes públicos (espectadores, telespectadores, ouvintes, leitores, internautas etc.), por seu número e seus investimentos econômicos e emocionais, fazem com que as instalações esportivas se tornem um local que possui uma ligação emocional, funcional, cognitiva, simbólica, espiritual e/ou afetiva com os consumidores (CARVALHO *et al.*, 2013).

Essas instalações esportivas cristalizam não só os desejos dos consumidores, mas também muitos dos interesses econômicos, sociais e desportivos fundamentais para os diferentes atores envolvidos no universo do futebol. As atuais exigências dessas instalações acabam por ser elevadas: por um lado, o espetáculo deve corresponder ao seu contexto moderno e atual, por outro lado, o desenvolvimento do futebol mundial acaba por pressionar ainda mais os modelos adotados pelo futebol brasileiro.

Neste sentido, o desafio para o Brasil foi o de promover este megaevento e oferecer, principalmente aos torcedores, os conceitos de qualidade e atendimento ao consumidor. Em especial, a qualidade e o atendimento deveriam ser contemplados nas construções e reformas dos estádios e arenas utilizados na “Copa das Copas”.

Todos os elementos apresentados acima funcionaram como base para a construção do projeto de pesquisa “Os Novos Estádios e Arenas e o Comportamento do Consumidor do Produto Esportivo: o Padrão Fifa de qualidade e o impacto no torcedor brasileiro”, submetido, aprovado e financiado junto ao Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento (CNPq), em sua chamada ME/CNPq N<sup>o</sup> 091/2013. Tal chamada apresentou como objetivo

a seleção pública de projetos de pesquisa científica, tecnológica e de inovação, voltados para o desenvolvimento do Esporte em suas diferentes dimensões. O projeto em questão, desenvolvido por uma equipe composta por dez pesquisadores, foi classificado na linha 1 – Legados dos Megaeventos Esportivos, da chamada já mencionada.

A ideia deste artigo é apresentar os resultados iniciais, uma vez que a pesquisa ainda está em andamento, do referido projeto que apresenta como seus principais objetivos:

1º) identificar o perfil do consumidor que frequenta estádios de futebol em três momentos: a) no 1º semestre de 2014, antes da Copa do Mundo, nos chamados estádios “antigos” do futebol brasileiro, aqueles não utilizados para a disputa do Mundial; b) durante a Copa do Mundo de 2014, nos novos estádios/arenas desenvolvidos para o evento com base no documento *Estádios de Futebol: recomendações e requisitos técnicos* (Fifa, 2011); e, c) depois da Copa do Mundo, de um a quatro meses após o término do Mundial, nos estádios/arenas utilizados em eventos organizados e promovidos por entidades que gerenciam o futebol no Brasil, como a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), as Federações regionais; e,

2º) identificar, através do disposto no documento editado pela Fifa, a real percepção dos torcedores/consumidores da qualidade e dos benefícios introduzidos nas instalações pelos investimentos financeiros realizados para a Copa do Mundo de 2014, em comparação com os “antigos” estádios oferecidos ao público pelos promotores dos eventos esportivos até então.

O projeto visa colaborar para melhoria da qualidade da gestão dos estádios e arenas tendo como foco os consumidores (torcedores) do produto futebol através do conhecimento sobre suas expectativas e suas relações com as novas instalações esportivas surgidas no universo do esporte brasileiro com a Copa do Mundo de 2014. As informações e resultados geridos

com o projeto possibilitarão que os clubes e principais organizações do futebol brasileiro utilizem o consumo, de bilheterias, como fonte exponencial de receita, característica presente nas principais ligas profissionais do futebol mundial.

Acreditamos que o estudo pode colaborar com informações para melhorar a viabilidade econômico/financeira dos novos estádios/arenas e da gestão desses espaços de entretenimento esportivo. Para alicerçarmos nossas análises, tomaremos como base o conceito de sociedade do espetáculo, de Guy Debord (2000), e uma série de estudos sobre estádios, arenas e instalações esportivas.

## Material e métodos

A pesquisa apresenta um caráter exploratório e pode ser considerada como de campo, por ser realizada nos locais onde os fenômenos ocorreram, no caso, os estádios e arenas do futebol brasileiro. Para Vergara (2006, p. 47), a pesquisa exploratória “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa”.

A necessidade de financiamento desta pesquisa reside, sobretudo, na formação de uma amostra de dados pertinente aos objetivos propostos acima. Para fins do estabelecimento de testes estatísticos robustos e confiáveis, foi necessária a obtenção de informações provindas de diferentes localidades, pois questões demográficas certamente afetam a percepção dos torcedores acerca da qualidade dos serviços oferecidos nas instalações esportivas estudadas, nos três momentos propostos: antes, durante e depois do Mundial de 2014.

Com base no estabelecido entre a Fifa, o governo brasileiro e a Confederação Brasileira de Futebol foram selecionados doze cidades sedes para a disputa da Copa do Mundo de 2014,

distribuídas nas cinco macrorregiões do país. Na região Norte, Manaus, Cuiabá e Brasília são as cidades representantes da região Centro-Oeste. No Nordeste, os jogos da competição acontecerão em Natal, Fortaleza, Recife e Salvador. São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte abrigam as partidas da região Sudeste, enquanto os jogos da Região Sul acontecerão em Curitiba e Porto Alegre.

Conforme já mencionado, esta pesquisa, no intuito de investigar as diferenças de percepção dos torcedores nas cinco macrorregiões do país, alocou coletores de dados em cada uma das doze cidades mencionadas, ao longo de três diferentes momentos, sendo:

- I) Antes da Copa do Mundo, em partidas realizadas nos estádios concebidos dentro da concepção “antiga” de conforto e adequação das instalações aos eventos esportivos;
- II) Durante a disputa da Copa do Mundo de 2014, já nos “novos” estádios e arenas, em um momento em que as instalações e os serviços serão gerenciados pela entidade que estabeleceu o seu padrão de qualidade; e,
- III) Entre um e quatro meses após a realização da Copa do Mundo, em eventos que serão realizados nas novas instalações, mas já gerenciadas pelas entidades que deverão administrar esses novos espaços esportivos.

Em cada uma das três etapas propostas, foram coletados 4.529 questionários respondidos na Fase I; 2.671 respostas durante a Copa do Mundo, Fase II; 3.371 na Fase III, totalizando, durante todo o processo, 10.571 respostas obtidas junto aos torcedores consumidores, frequentadores dos estádios e arenas do futebol brasileiro.

Após a coleta, já realizada, os dados obtidos estão atualmente em processo de tratamento e análise. As informações foram capturadas por meio de obtenção primária, realizada em campo, através de adaptação de questionário padronizado

e validado para a língua portuguesa por Theodorakis *et al.* (2010). O instrumento padronizado utilizado (ainda sem uma nomenclatura específica) é constituído de sentenças e respostas em uma escala *Likert* de sete e possui forte confiabilidade e validade, além de já ter sido utilizado por dezenas de estudos e traduzido em diferentes idiomas, incluindo grego, alemão, japonês, e holandês (THEODARAKIS *et al.*, 2010).

A validação para o português foi premissa do estudo da pesquisadora Mariana de Carvalho, que possui o projeto intitulado “*What brings people into the soccer stadium? The case of Portugal and Belgium from a marketing perspective*”. A pesquisadora portuguesa realiza o estudo na Faculdade de Desporto da Universidade do Porto em Portugal e a Katholieke Universiteit Leuven (KU Leuven) da Bélgica e está integrada ao presente projeto de pesquisa, na qualidade de especialista visitante (EV).

É possível por meio das equações estruturais, verificar o relacionamento de dois tipos de variáveis, sendo estas latentes e observáveis. O primeiro grupo se refere a atributos que não podem ser medidos diretamente, já o segundo trata-se de itens que podem ser obtidos por meio de coleta de dados (GARVER; MENTZER, 1999; MALHOTRA, 2011; e HAIR *et al.*, 2009).

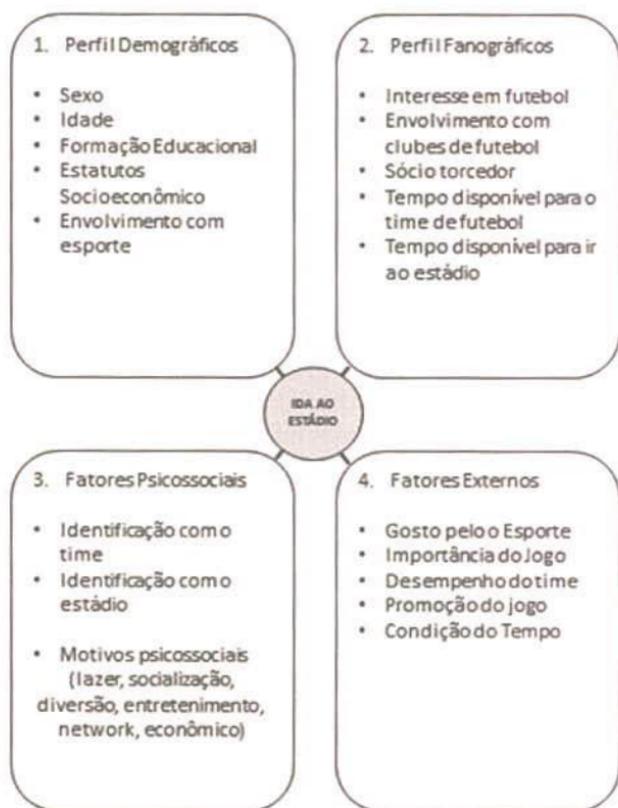
O modelo inicialmente proposto encontra-se apresentado na Figura 1, na qual as variáveis latentes são distribuídas em 1. Perfil Demográfico, 2. Perfil Fanográfico; 3. Fatores Psicossociais e 4. Fatores Externos e acerca destes se compreende no que se expressa como a decisão de ir ou não aos estádios. Como o objetivo deste projeto de pesquisa é também identificar a percepção que os frequentadores dos estádios tiveram das novas arenas concebidas a partir do Padrão Fifa, foram selecionados, através do documento da entidade, outros aspectos que interferem no consumo do torcedor e incluídos no instrumento.

As demandas da Fifa, com os requisitos para os estádios que sediaram jogos da Copa do Mundo, foram divididas em onze

tópicos principais: decisões de pré-construção, orientação do campo, segurança, estacionamentos, área do jogo, vestiários e acessos, conforto do público, hospitalidade, mídia, energia e iluminação e sustentabilidade (*green gold*).

De todos esses itens, que englobam os diversos *stakeholders* de um evento esportivo, foram incluídos apenas aqueles que afetam os torcedores, enxergados como verdadeiros consumidores pela Fifa. Os tópicos que afetam diretamente os torcedores são: 1. Decisões de pré-construção (como acessibilidade e hotelaria); 2. Orientação do campo (aspectos de iluminação natural); 3. Segurança (serviços de segurança e atendimento de primeiros socorros); 4. Estacionamentos (distância dos mesmos para com o estádio); 5. Área de jogo (sem barreiras artificiais que separam o campo da torcida); 6. Conforto do público (cobertura do campo e cadeiras); 7. Hospitalidade (das áreas no interior do estádio e áreas de aquisição de ingresso). No escopo desse projeto de pesquisa, as variáveis selecionadas que afetam a vida dos torcedores, dentro do documento da Fifa, foram agregadas nos seguintes grupos: segurança, comunicação, hospitalidade e acessibilidade (estacionamento, aquisição de ingressos).

Figura 1 – Modelo de constructo



Fonte: Adaptado de CARVALHO, 2013.

O modelo supramencionado foi desenvolvido com base nas hipóteses levantadas ao longo do referencial teórico a ser apresentado mais a frente. O *software* a ser utilizado para o tratamento, estabelecimento de correlações e análise estatística dos dados será o SPSS.

## Resultados obtidos até o presente momento

Antes da apresentação dos resultados obtidos no processo de pesquisa é importante salientar que os dados totais da amostra ainda estão em processo de tabulação, tratamento e análise. Portanto, os resultados elencados neste artigo são de natureza preliminar, apontando caminhos que devem se concretizar quando todo o processo estiver encerrado, em dezembro de 2015.

A exposição dos resultados preliminares será dividida em três vertentes, de forma a elucidar, mesmo que parcialmente, os dois objetivos centrais desse trabalho: 1º) o perfil dos torcedores/usuários das instalações esportivas nos três momentos (antes, durante e depois da Copa do Mundo de 2014); e, 2º) identificar a percepção do Padrão Fifa de qualidade dos novos estádio e arenas do futebol brasileiro por parte do público presente aos jogos da maior competição do futebol mundial.

Com relação ao perfil dos torcedores que frequentam os estádios e arenas do país, alguns elementos merecem destaque, mesmo que de um ponto de vista preliminar. Na Fase I, com a pesquisa realizada com amostra colhida em instalações não utilizadas na Copa do Mundo, é nítida a presença do torcedor tradicional, aquele que dedica boa parte de seu tempo semanal para acompanhar seu clube do coração e demonstra forte envolvimento emocional com sua agremiação preferida. Para esse tipo de torcedor, não há muita coisa que os gestores de esporte possam fazer para melhorar a qualidade das instalações e/ou do espetáculo esportivo. Esse torcedor frequenta e continuará frequentando os principais estádios de futebol do Brasil em qualquer condição, única e exclusivamente por apego à sua agremiação preferida. Por outro lado, esses torcedores tidos como fanáticos, não são a maioria dos consumidores de futebol. Além disso, hoje existem diferentes formas de acompanhar o seu time do coração, seja pela televisão, internet, redes sociais e até sessões de cinema.

Na Fase II, com as informações coletadas nas novas arenas e estádios do Brasil foi possível perceber a presença de um elevado contingente de espectadores que demonstram preocupação maior com o espetáculo Copa do Mundo, do que com questões emocionais relacionadas a afinidades clubísticas e/ou nacionais. O torcedor brasileiro que foi a jogos de Copa do Mundo é, em sua maioria, pertencente às classes sociais mais elevadas, A e B. Apresenta elevado nível de escolaridade e demonstrou como um dos principais elementos de sua motivação para ir aos jogos a necessidade de “ver e ser visto”, principalmente, com o auxílio das redes sociais do universo digital. O “*selfie*”, espécie de autorretrato tirado dentro dos estádios e arenas construídos ou reformados para a Copa do Mundo e, depois, divulgado pelas redes sociais, como o Instagram e o Facebook, foi a marca característica do torcedor brasileiro no Mundial de 2014. A disputa esportiva, o jogo, foi elemento secundário e acessório do espetáculo do torcedor na Copa do Mundo. Seria esse tipo de torcedor a maioria de nossa população? Provavelmente não, pois como já foi dito, o perfil socioeconômico dos mesmos se apresentou alto. São torcedores com alto poder aquisitivo, relacionados diretamente aos valores dos ingressos para os Jogos da Copa do Mundo.

Além disso, os 2.671 torcedores entrevistados nessa fase da pesquisa, em sua maioria, deixaram claro que gostaram da experiência proporcionada pelos novos espaços do futebol brasileiro. Para retornar a esses estádios e arenas, depois do Mundial, esses torcedores afirmaram que seria necessário manter os níveis de segurança observados durante a Copa do Mundo, dentro e fora das instalações esportivas. A sensação de segurança experimentada pelo torcedor-consumidor é elemento considerado fundamental para seu retorno aos estádios após o Mundial.

O torcedor brasileiro Copa do Mundo, pelos dados preliminares da pesquisa, adorou a experiência vivenciada em nossos

estádios e arenas. A visão positiva desses torcedores está muito mais relacionada com elementos pertinentes ao espetáculo e ao entretenimento, como os telões e os estandes de venda de produtos e mercadorias do Mundial, do que por fatores relacionados à competição esportiva, como a qualidade do jogo em si. Porém, não se pode negar que a qualidade do futebol apresentado durante a Copa 2014, supera significativamente o quadro atual do futebol brasileiro, tanto em termos esportivos quanto em termos organizacionais e de gestão de eventos.

Mas, ficou claro também que se tratou de outro tipo de torcedor durante o evento Fifa, habitualmente desprezado pelos gestores do nosso futebol, com alto poder aquisitivo e típico interesse por espetáculos de entretenimento, vinculados ao consumo de produtos e serviços relacionados ao megaevento. Um novo modelo de negócios se avizinha para o universo do nosso futebol. Modelo esse, até agora, amplamente desprezado pelo amadorismo dos dirigentes do esporte mais popular.

Os 3.371 torcedores entrevistados na Fase III do projeto, foram ouvidos nos novos estádios e arenas do nosso futebol, em competições organizadas pela Confederação Brasileira de Futebol, a CBF, nas séries A, B, C e D do Campeonato Brasileiro de 2014. Com base nos dados preliminares obtidos, é possível perceber um retorno dos fanáticos torcedores organizados e dos típicos admiradores dos principais clubes do Brasil. Para esses indivíduos, a qualidade das novas instalações pouco influencia na ida às praças esportivas do país. Por outro lado, na esteira do legado deixado por esses novos estádios e arenas, um número maior de torcedores comuns passou a frequentar com mais assiduidade os novos e badalados espaços de nosso futebol. São consumidores mais interessados em entretenimento e no espetáculo, ainda empolgados com a Copa do Mundo, do que com a vitória de seu time de coração.

Quando avaliado os resultados de público e renda por tipo de arena no Campeonato Brasileiro da série A de 2013 e 2014,

até o final do mês de outubro de 2014, fica evidente a diferença entre as novas e as antigas arenas. As arenas antigas abrigaram 390 partidas no período, com média de 11,7 mil torcedores por partida, contra 22 mil nas novas arenas, que sediaram 195 jogos (PLURI ESPECIAL, 2014). Segundo relatório especial da Pluri Consultoria (PLURI ESPECIAL, 2014, p. 3),

[...] a taxa de ocupação nos estádios antigos foi de 34%, contra 42% nas novas arenas. A renda bruta média nas arenas antigas foi de R\$ 262 mil por partida, contra R\$ 915 mil nas novas arenas. Por último, o ticket médio foi de R\$ 22 nos estádios antigos, contra R\$ 42, nas novas arenas.

Assim, é possível afirmar, com base nos resultados preliminares da pesquisa e no documento divulgado pela consultoria especializada em esporte, a enorme aceitação dos novos estádios e arenas do nosso futebol. Por outro lado, o público incremental pós-Copa do Mundo, presente hoje nas modernas instalações brasileiras, que aceitou bem os novos espaços do nosso esporte, mostrou que é adepto do consumo do produto futebol enquanto espetáculo e entretenimento. Fica claro, também, que a segurança, problema de ordem pública, é o grande elemento que inibe novos torcedores de consumir esse tipo de produto. Sem contar nos problemas de gestão do atual futebol brasileiro, que se reflete no baixo nível técnico apresentado pelos clubes já há algum tempo.

O investimento nas novas instalações trouxe, sim, retorno na avaliação positiva de torcedores que já demonstraram crescente interesse em frequentar partidas de futebol por conta do surgimento das novas arenas e/ou pela revitalização dos estádios já existentes no país. Porém, e a pesquisa demonstra isso, o potencial de crescimento do público nos novos espaços do futebol brasileiro poderia ser muito maior, se investimentos fossem feito pelo poder público em infraestrutura do entrono das arenas e estádios e, principalmente, na melhoria da segurança dentro e fora das principais praças esportivas do Brasil.

## Discussão

Não há espetáculo do futebol (e esportes, entretenimento em geral) sem um local adequado e dedicado a ele. Os estádios e arenas destinados ao futebol devem ser concebidos para envolver a participação sadia de múltiplos públicos e torcedores e fornecer uma ligação entre esses e as equipes e seus jogadores.

Desde o surgimento do esporte moderno, na Inglaterra do final do século XIX, as instalações esportivas sofreram notáveis transformações em busca de sua adequação com o momento experimentado pela vida social e anseios da população do contexto. Porém, tais modificações foram mais acentuadas nos últimos 20 anos. Para Paramio, Buraimo e Campos (2008), “as principais mudanças no desenvolvimento arquitetônico e econômico de estádios de futebol das últimas duas décadas, refletem as mudanças na sociedade e, mais especificamente, a transformação do futebol”.

Os três autores (PARAMIO *et al.*, 2008) estabeleceram uma cronologia do desenvolvimento histórico dos estádios de futebol no Reino Unido, tendo como ponto de partida os estádios modernos “especializados”, surgidos na Grã-Bretanha após a Revolução Industrial, e a estruturação das primeiras *competições de futebol do país*. Com base nessa cronologia e nas condições sócio econômicas do modo de produção capitalista, Paraimo *et al* (2008) propuseram uma cronologia lógica para o desenvolvimento desse tipo de instalação esportiva no Reino Unido. Os detalhes e características de cada uma das quatro gerações de estádios britânicos propostas pelos autores podem ser observados na Tabela 1.

Tabela 1 – Principais características de cada geração dos estádios na Grã-Bretanha

Geração	Características	Exemplos
<p><b>1ª Geração:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transição para estádios especializados (final do século XIX, fortemente influenciado pela Revolução Industrial e pela Rede Ferroviária Nacional Britânica. De 1860 até o início de 1920).</li> <li>- Surgimento de FA (Football Association) (1863) e Primeira Liga Nacional (1888)<sup>1</sup>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evolução arquitetônica e gerencial inicial dos estádios ingleses;</li> <li>- Princípios de arquitetura dos estádios baseados nos projetos de construção das fábricas;</li> <li>- Estádios funcionais, visando acomodar grandes multidões, ao invés de elegância estética;</li> <li>- Uso extensivo da madeira como material de construção principal;</li> <li>- Níveis básicos em termos de conforto e segurança; e,</li> <li>- Principal preocupação dos arquitetos e proprietários dos clubes foi a de aumentar a capacidade dos estádios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deepdale, do Preston North End (1875);</li> <li>- Goodison Park, do Everton (1892);</li> <li>- St. James Park, do Newcastle United (1892);</li> <li>- Stamford Bridge, do Chelsea FC (1910);</li> <li>- Old Trafford, do Manchester United (1910); e,</li> <li>- Highbury, do Arsenal (1913).</li> </ul>
<p><b>2ª Geração:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Início dos anos 1920 até o final da década de 1940.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconstrução dos estádios severamente danificados por bombas da Primeira Guerra Mundial, como Old Trafford e Highbury;</li> <li>- Princípios da arquitetura de estádios em novos estádios reconstruídos;</li> <li>- Arquibancadas de madeira foram substituídas por concreto armado e aço;</li> <li>- Maior ênfase no aumento da capacidade, proporcionando mais conforto, segurança e instalações complementares; e,</li> <li>- Usado principalmente para o futebol em dias de jogo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The Valley, do Charlton Athletic (1920); e,</li> <li>- Selhurst Park, do Crystal Palace (1924).</li> </ul>

Geração	Características	Exemplos
<p><b>3ª Geração:</b> - Início dos anos 1950 até o final da década de 1980.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A maioria dos países europeus, exceto a Grã-Bretanha, começou a desenvolver a terceira geração de estádios;</li> <li>- Incorporação arquitetônica de inovações em sua concepção e funcionamento;</li> <li>- Camadas extras de espaços para a plateia;</li> <li>- Introdução de inovações tecnológicas, tais como holofotes, e melhoria da eficiência da gestão, como serviços de limpeza, instalações e sistemas de informação, etc;</li> <li>- O funcionamento de muitos estádios continuou a ser limitado a "dias de jogos", sem gerar uma economia substancial adicional, embora o preço dos bilhetes começasse a aumentar;</li> <li>- Lançamento da televisão (primeiras partidas transmitidas) e aumento do número de alternativas de lazer mais baratas;</li> <li>- Maior desenvolvimento de serviços de hospitalidade;</li> <li>- Comportamento violento de torcedores nas décadas de 1970 e 1980 e tragédias que ocorreram em estádios devido às dificuldades de controlar grandes multidões (Ibrox Park, Burnden Park); e,</li> <li>- Queda de público nos estádios em décadas (1960 a 1980).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na Grã-Bretanha apenas três clubes mudaram-se para novos estádios, entre o final da Segunda Guerra Mundial e 1987.</li> </ul>

Geração	Características	Exemplos
<p><b>4ª Geração:</b> - Estádios Pós-Modernos (1990-presente).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organismos e Governos regem o futebol, tanto em nível nacional quanto internacional, solicitando segurança mais rigorosa e regulamentando o espaço dos estádios (interior e exterior);</li> <li>- Demolição das arquibancadas tradicionais, o que leva à redução da capacidade;</li> <li>- Remoção de alambrados de perímetro em torno do gramado;</li> <li>- Assentos numerados;</li> <li>- Sistemas mais exigentes de controle de multidão e de evacuação;</li> <li>- Aumento da necessidade de novos fluxos de arrecadação para compensar a redução do público;</li> <li>- Interdependência entre o projeto e a operação dos estádios;</li> <li>- Preocupação dos arquitetos e proprietários dos clubes baseado na melhoria dos padrões de conforto, segurança, acessibilidade e, acima de tudo, do desenvolvimento comercial;</li> <li>- Incorporação das mais recentes soluções tecnológicas por arquitetos proeminentes como parte do processo de comercialização e diferenciação do produto;</li> <li>- Aceitação da exploração comercial dos estádios com outras atividades em dias que não acontecerão jogos: conceito de tudo é possível em estádios;</li> <li>- Operação visa atrair novos segmentos e também fãs virtuais;</li> <li>- Serviços de exploração de patrocínios, marketing e patrimoniais como nova fonte de arrecadação; e,</li> <li>- Avaliado como catedrais pós-modernas de consumo, atração de turistas, centros de lazer, centros de negócios ou ícones de marketing das cidades onde estão localizados.</li> </ul>	<p>Na Grã-Bretanha a maioria dos estádios britânicos existentes foram aprimorados ao longo dos anos a partir da década de 1990. Como exemplo, podemos citar: Old Trafford, Manchester United; Reebok Stadium, do Bolton Wanderers (1997); Millennium Stadium, em Cardiff, País de Gales (2000); Walker Stadium, Leicester City (2003); City of Manchester Stadium, Manchester City (2006); Emirates Stadium, Arsenal (2007); e, New Wembley (2007).</p>

Fonte: Paramio, Buraimo e Campos (2008), traduzido e adaptado pelos autores.

Paramio et al., (2008), chamam a atenção para o fato de que os estádios pós-modernos, surgidos a partir de 1990, nasceram para ser funcionais e apresentar design inovador, especialmente nos aspectos de segurança, acessibilidade e conforto para os espectadores e na ampliação das possibilidades de exploração econômica para seus proprietários, inclusive com outras opções de arrecadação diferentes do futebol (PARAMIO *et al.*, 2008).

Van Winkel (*apud* PARAMIO *et al.*, 2008), chama a atenção para o fato de que a exploração comercial dos estádios começou a se tornar um fim em si mesmo. O mesmo autor enfatiza que os estádios contemporâneos, dentro da pós-modernidade,

[...] também têm adquirido um perfil renovado como edifícios emblemáticos (como o Allianz Arena, em Munique); contribuem para a regeneração das cidades onde se localizam (como Millennium Stadium, em Cardiff, ou o Stade de France, em Paris); ou se transformam em importante destino turístico (como o Nou Camp, em Barcelona, ou o Santiago Bernabeu, em Madri) (WINKEL *apud* PARAMIO *et al.*, 2008, p. 6).

É relevante notar que uma das principais diferenças entre os estádios pós-modernos e os modernos é a simbiose entre o design inovador e seu desenvolvimento enquanto centro de exploração comercial. Os estádios pós-modernos, desde sua concepção, nascem como estratégias planejadas de marketing, visto que sua concepção é sempre entregue a um importante e renomado escritório de arquitetura (PARAMIO *et al.*, 2008).

Pelo alto investimento feito em sua construção, tais estádios demandam para sua viabilidade econômica, a expansão de suas possibilidades de retorno financeiro. A existência de lojas, espaços de convivência, restaurantes, camarotes, estacionamentos e possibilidades viáveis para a realização de outros eventos empresariais e de entretenimento, como shows de música e/ou outros eventos esportivos, caracterizam tais instalações. Os estádios contemporâneos transformam-se, assim, em verdadeiros centros de entretenimento, desde que bem estruturados e contextualizados socialmente para este fim.

Processos semelhantes de reestruturação ou “re-pensamento” dos estádios e arenas da Grã-Bretanha também aconteceram em diferentes países. Atualmente, por exemplo, na Liga de Futebol da Alemanha, a Bundesliga, são encontrados estádios e arenas de altíssima qualidade em suas infraestruturas, bem como serviços de alto padrão para seus frequentadores. Não se identifica um catalizador para o desenvolvimento deste conceito na Alemanha, mas fato é que este país não precisou muito para adequar suas instalações para receber a Copa do Mundo de 2006 (SOARES CÉSAR; MAZZEI, 2013).

Além disso, a Alemanha experimenta em seus campeonatos um sucesso extraordinário em arrecadação com bilheteria, representando aproximadamente 25% da receita dos seus clubes (BREUER, 2009). A título de comparação, em 2011, a arrecadação total dos 20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro com bilheteria representou apenas 8% do da renda anual, sendo que a maior fonte de receita dos clubes foi proveniente de adiantamento de cotas de televisão (BDO, 2013).

Por outro lado, como já foi apresentado, os torcedores entrevistados na pesquisa, durante a Copa do Mundo de 2014 no Brasil, demonstraram firme intenção de retornar aos novos estádios e arenas construídos ou reformados para o Mundial. A melhoria das condições de segurança e conforto provocadas pelas novas instalações esportivas do país foi decisiva para essa motivação dos torcedores e consumidores do nosso futebol. Tal fato colaborou, conforme já mencionado, para o aumento da média de público do Campeonato Brasileiro de 2014, bem como o incremento do ticket médio da competição.

Um exemplo recente em que se realizou um processo de revitalização de estádios e arenas, catalisado através de um evento internacional de futebol, ocorreu em Portugal. Com o Campeonato Europeu de Futebol 2004, “Euro 2004”, Portugal não só reformou estádios e arenas como demoliu antigos estádios para que se construíssem novos, como o caso do Estádio das

Antes que foi substituído pelo Estádio do Dragão, na cidade do Porto. Entretanto, a falta de planejamento e estudos de viabilidade das instalações, a carência de estudos relacionados ao perfil de consumidores que as frequentam e a crise econômica pelo qual Portugal passa, fizeram com que muitos dos estádios e arenas construídas para o Euro 2004 se tornassem exemplos de legados negativos após um evento esportivo, como os casos do Estádio Algarve e do Estádio de Aveiro (DURÃO, 2011).

No Brasil, até antes da Copa do Mundo de 2014, as medidas para melhoria de atendimento ao público nos estádios foram isoladas e pontuais. Contudo, essas ações nunca tiveram um efeito duradouro, pois os torcedores continuaram a entrar nos estádios sem a expectativa de conforto, qualidade de serviços e segurança (REIS, 2003). Para analisar o desenvolvimento histórico dos estádios brasileiros, enquanto instalações esportivas, vamos propor uma evolução histórica, na Tabela 2, baseada no formato construído por Paramio *et al.* (2008) para os estádios britânicos.

Tabela 2 – Evolução histórica dos estádios brasileiros

Geração	Características	Exemplos
<p><b>1ª Fase:</b> - Fase Tradicional (de 1894, chegada do futebol no Brasil, até 1930, início da profissionalização do esporte no país).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evolução arquitetônica e gerencial inicial dos estádios brasileiros;</li> <li>- Princípios de arquitetura dos estádios baseados nos projetos de construção das fábricas;</li> <li>- Estádios funcionais, visando acomodar a elite social das cidades brasileiras que começavam a se industrializar;</li> <li>- Espaços esportivos destinados não somente ao futebol, mas, também, a outros esportes como, por exemplo, o ciclismo;</li> <li>- Uso extensivo da madeira como material de construção principal; e,</li> <li>- Principal preocupação dos arquitetos e proprietários dos clubes foi a de acomodar, com conforto, segurança e elegância, a elite das principais cidades brasileiras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velódromo de São Paulo (primeiro estádio brasileiro, inaugurado em 1892 para o ciclismo e em 1901 para o futebol);</li> <li>- Parque da Antártica Paulista, São Paulo (1902);</li> <li>- Hipódromo do Prado, Belo Horizonte (1906);</li> <li>- Estádio do Jardim América, C.A. Paulistano, São Paulo (1917); e,</li> <li>- Estádio Manoel Schwartz, Laranjeiras, Rio de Janeiro (1919).</li> </ul>

Geração	Características	Exemplos
<p><b>2ª Geração:</b> - Fase Moderna Regional, de afirmação das principais cidades brasileiras, como São Paulo e Rio de Janeiro (de 1930 até o final da década de 1940).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arquibancadas de madeira foram substituídas por concreto armado e aço;</li> <li>- Rivalidade política e econômica entre as principais cidades do país – São Paulo e Rio de Janeiro;</li> <li>- Explosão do rádio enquanto veículo de comunicação de massa e elemento norteador para a popularização do futebol no país;</li> <li>- Espaços esportivos destinados não somente ao futebol, mas, também a festas cívicas e esportivas;</li> <li>- Maior ênfase no aumento da capacidade, porém com menos conforto e segurança; e,</li> <li>- Usado para o futebol e para grandes eventos políticos promovidos pelo Governo de Getúlio Vargas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estádio de São Januário, Rio de Janeiro (1927); e,</li> <li>- Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, Pacaembu, São Paulo (1940).</li> </ul>
<p><b>3ª Geração:</b> - Fase Moderna Nacional, Copa do Mundo de 1950. Estádios construídos ou reformados para o Mundial de 1950.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O funcionamento dos estádios passou a ser norteado apenas pelos “dias de jogos”;</li> <li>- Sem preocupações comerciais de incrementar a receita dos proprietários;</li> <li>- Aumento de público nos estádios nas décadas de 1930 e 1940;</li> <li>- Estádios faziam parte de complexos esportivos que envolviam a prática de outras modalidades esportivas, como o atletismo, a natação e o basquete;</li> <li>- Entusiasmo com o futebol como principal esporte do país;</li> <li>- Construção do maior estádio do mundo; e,</li> <li>- Propaganda e divulgação do país no exterior, como uma nação que crescia e se desenvolvia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estádio Mário Filho, Maracanã, Rio de Janeiro (1950);</li> <li>- Estádio Raimundo Sampaio (Independência), Belo Horizonte (1950);</li> <li>- Estádio Durival Britto e Silva (Vila Capanema), Curitiba (1947);</li> <li>- Estádio dos Eucaliptos, Porto Alegre (1931);</li> <li>- Estádio Ademar da Costa Carvalho (Ilha do Retiro), Recife (1937).</li> </ul>

Geração	Características	Exemplos
<p><b>4ª Geração:</b> - Fase Moderna Milagre Brasileiro - 1960 até final da década de 1980.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organismos e Governo regem o futebol a nível nacional, solicitando segurança mais rigorosa e regulamentando o esporte no país;</li> <li>- Funcionamento dos estádios norteado apenas pelos "dias de jogos";</li> <li>- Sem preocupações comerciais de incrementar a receita dos proprietários;</li> <li>- Preocupação estatal de expandir a ideia do "Milagre Brasileiro", nação que cresce e se desenvolve também em torno do esporte;</li> <li>- Aumento de público nos estádios na década de 1970;</li> <li>- Estádios modelo "olímpico", destinados a outras práticas esportivas, como, por exemplo, o atletismo;</li> <li>- Futebol como elemento de identidade nacional;</li> <li>- Construção de estádios enormes, em geral, financiados pelo Governo;</li> <li>- Expansão geográfica da construção dos estádios, com investimentos fora do eixo Sul e Sudeste;</li> <li>- Gigantes de concreto e cimento armado;</li> <li>- Integração do país através do futebol (propaganda ideológica do Estado); e,</li> <li>- Futebol tratado como "produto do Estado".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estádio Cícero Pompeu de Toledo (Morumbi), São Paulo (1960);</li> <li>- Estádio Governador Magalhães Pinto (Mineirão), Belo Horizonte (1965);</li> <li>- Estádio Octávio Mangabeira (Fonte Nova), Salvador (1951);</li> <li>- Estádio Serra Dourada, Goiânia (1975);</li> <li>- Estádio Governador Plácido Aderaldo Castelo Branco (Castelão), Fortaleza (1973); e,</li> <li>- Estádio Olímpico Edgard Proença (Mangueirão), Belém do Pará (1978).</li> </ul>

Geração	Características	Exemplos
<p><b>5ª Geração:</b> - Fase Pós-Moderna (2010-presente).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organismos e Governos regem o futebol, tanto em nível nacional quanto internacional, solicitando segurança mais rigorosa e regulamentando o espaço dos estádios (interior e exterior);</li> <li>- Redução da capacidade;</li> <li>- Aumento da necessidade de novos fluxos de arrecadação para compensar a redução do público;</li> <li>- Concorrência com outras formas de consumo do entretenimento e do espetáculo;</li> <li>- Necessidade de segurança, dentro e fora dos estádios;</li> <li>- Incorporação das mais recentes soluções tecnológicas por arquitetos proeminentes como parte do processo de comercialização e diferenciação do produto;</li> <li>- Aceitação da exploração comercial dos estádios com outras atividades em dias que não acontecerão jogos: conceito de tudo é possível em estádios; e,</li> <li>- Serviços de exploração de patrocínios, marketing e patrimoniais como nova fonte de arrecadação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arena do Grêmio, Porto Alegre (2012);</li> <li>- Arena Palestra Itália, S.E. Palmeiras, São Paulo (2014); e,</li> <li>- Estádios reformados e Arenas construídas para a Copa do Mundo de 2014.</li> </ul>

Fonte: Os autores, com base no modelo desenvolvido por Paramio, Buraimo e Campos (2008).

Apesar da relação existente entre o desenvolvimento histórico das instalações esportivas na Inglaterra e no Brasil, é possível perceber que, no caso brasileiro, os gestores do nosso futebol demoraram a perceber a importância do consumidor, principalmente no desenvolvimento do mercado interno do esporte enquanto produto para entretenimento e consumo.

A aproximação dos órgãos públicos do esporte, com sua forte utilização como elemento de propaganda ideológica do país e do governo militar, fez com o futebol fosse, por muito

tempo, enxergado como “produto do estado” e não “produto do mercado”. Com isso, era fundamental, nos anos 1960 e 70, que o futebol funcionasse como elemento de integração nacional, com estádios sendo construídos para abrigar multidões, enfatizando seu aspecto quantitativo, sem a qualidade necessária para seus frequentadores, espalhados por todo o território nacional. Levar o futebol para todos os cantos do país era a preocupação central no período em questão.

É fundamental ressaltar que, principalmente para os Governos Militares, era importante mostrar ao mundo que o país crescia e se desenvolvia em diversos outros esportes, não somente o futebol. Em função disso, os estádios de futebol construídos no país, em geral financiados pela ditadura, privilegiavam o modelo olímpico, com espaço para a prática de outros esportes, em especial o atletismo.

Com a globalização, a partir da década de 1990, e a inserção do futebol brasileiro na ótica do mercado internacional do esporte, a situação se modificou. Os aspectos quantitativos do “produto de Estado” passaram a privilegiar questões qualitativas para cativar o agora consumidor do esporte. Dentro da indústria do entretenimento e do espetáculo, é necessário que o “produto de mercado” esporte apresente vantagens competitivas para cativar sua audiência.

Os novos estádios e arenas do futebol brasileiro, que antes conviviam em um mesmo espaço com outras modalidades esportivas, passaram, agora, a conviver não mais com outros esportes, mas sim com várias outras opções de consumo do entretenimento e do espetáculo. As novas arenas são espaços onde o futebol deve conviver com shows de música, espetáculos artísticos e outras formas de manifestações culturais e empresariais voltadas para o consumo do entretenimento e do lazer.

A criação do Estatuto do Torcedor no Brasil, em 2003, representou de forma concreta um avanço em relação ao

atendimento ao consumidor do evento esportivo. A ideia do documento foi aperfeiçoar as normas de sociabilidade nos espaços públicos e privados das diferentes práticas esportivas que congregam um público elevado (CAMPOS *et al.*, 2008).

Concomitante às tentativas de melhora nas normas de segurança e oferecimento de condições de conforto ao público, um processo de mudança no perfil dos torcedores brasileiros vem ocorrendo. A Copa do Mundo de 2014, como demonstraram os resultados preliminares da pesquisa, escancarou a mudança deste perfil, ou supostamente a necessidade de atender um novo perfil e anseios de consumidores. Os torcedores brasileiros que lotaram as novas arenas e fizeram do evento a “Copa das Copas”, manifestaram sua alegria em participar do espetáculo e aprovaram as novas instalações do esporte brasileiro.

Porém, e a pesquisa mostra isso claramente, não abrem mão de alguns itens de qualidade de serviço que vivenciaram na Copa do Mundo, em função das exigências da Fifa, e que sabem que não será possível encontrar no dia a dia da gestão do nosso futebol. A segurança e qualidade do espetáculo são os principais elementos que fariam com que esses torcedores, não frequentadores habituais de nossos estádios, passassem a enxergar nessa atividade uma verdadeira opção de lazer e entretenimento. Em geral, são torcedores de alto poder aquisitivo, ansiosos por consumir o produto futebol, mas que não abrem mão de conforto, qualidade de serviço e, principalmente, segurança. Na sociedade do espetáculo em que vivemos, “o espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social” (DEBORD, 2000, p. 28).

A pesquisa confirma a ideia de Uhrich e Benkenstein (2010) que os estádios e arenas enquanto espaço de entretenimento, precisam criar uma atmosfera que proporcione uma experiência única e marcante ao público presente. É isso que fará com que o torcedor, na qualidade de consumidor, retorne sempre ao local

para seu lazer e entretenimento de qualidade independente do resultado esportivo.

## Conclusões

De forma preliminar, algumas conclusões já podem ser identificadas no processo de avaliação dos dados obtidos junto a aproximadamente 10 mil torcedores entrevistados, em três momentos (antes, durante e depois da Copa do Mundo de 2014), nos estádios e arenas do futebol brasileiro.

Merece destaque a constatação de que, durante a Copa do Mundo, o público que foi aos jogos do Mundial, é um público completamente diferente daquele que habitualmente frequenta os estádios de futebol do país. O “torcedor Copa do Mundo” é um típico consumidor do “produto esporte”, não conhece o dia a dia do futebol, não acompanha sua equipe com frequência e compareceu às partidas da Copa do Mundo, nos estádios, para ver e ser visto. Estar no espaço das novas arenas, durante o evento que todos comentam é, para esse torcedor, fator de distinção em suas redes de relacionamento. Não basta ir aos jogos, é necessário divulgar, postar, compartilhar e curtir esse momento junto aos seus amigos, virtuais ou não. Entretenimento é o seu objetivo principal e fazer parte do espetáculo do evento Copa do Mundo fundamental para ser destaque em seus diversos grupos de relacionamento social. A “ocupação total da vida social” que destaca Debord (2000).

Esse grupo de torcedores “Copa do Mundo” representa, assim, um potencial segmento de consumidores com poder econômico a ser explorado pelos gestores das novas arenas e estádios do futebol brasileiro. Esses consumidores não pertencem apenas às classes A ou B, na verdade é um imenso contingente populacional que teve melhoria de sua qualidade social através da estabilização econômica apresentada pelo país nos últimos 20 anos. Afinal, esses novos espaços, como já observamos, estão configurados, com seus telões e sistema de

som de altíssima qualidade, para essa finalidade. São opções de lazer e entretenimento para diversos segmentos populacionais. Basta apenas que os gestores dessas instalações percebam esse público e para ele direcione ações gerenciais capazes de manter o interesse constatado na pesquisa por essas novas instalações e pela apreciação do futebol como espetáculo de entretenimento e consumo.

Com relação às instalações, a pesquisa demonstrou, mesmo que de forma preliminar, que a variável que mais interfere no comparecimento dos torcedores aos estádios é a segurança. Segurança é uma variável mais ligada à esfera pública do que à gestão privada das instalações esportivas. Os bilionários investimentos feitos nas reformas e construções dos estádios do Mundial são percebidos de forma secundária em relação à questão da segurança. Cabe assim aos gestores desses novos espaços do futebol brasileiro cobrar soluções do poder público para a resolução deste problema. Ou, como ocorre no Reino Unido, assumir a gestão dos serviços de segurança, privatizando uma atividade que é, por essência, atribuição do poder público. A privatização levaria ao aumento dos custos de gestão do espaço, com conseqüente necessidade de repasse aos consumidores no valor do preço dos ingressos, já considerado elevado pela maioria dos espectadores entrevistados na pesquisa.

Aliada a esse processo, é preciso buscar estratégias para otimizar o rendimento e sustentabilidade econômica das novas arenas e estádios. O oferecimento de condições satisfatórias aos consumidores, como estratégia para que se melhore a receita de público em estádios, acompanha a necessidade de ações gerenciais e de marketing efetivas. O passo inicial para que isso ocorra, segundo os conceitos básicos presentes em uma pesquisa de marketing, é entender como o consumidor pensa, quais são suas expectativas, desejos e queixas com relação ao produto ou serviço. É isso o que pretendemos oferecer aos gestores das novas instalações esportivas do nosso futebol com

a conclusão efetiva dos resultados desse projeto de pesquisa, em dezembro de 2015.

## Referências

- BDO. *Fifa deve levar R\$ 10 bi com o Mundial*, 2012. Disponível em: <[http://www.bdobrazil.com.br/press2013/Marco2013\\_24.pdf](http://www.bdobrazil.com.br/press2013/Marco2013_24.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2013.
- BREUER, M. The demand for football tickets depending on the number of clubs in a city – Empirical evidence from Germany. *International Network for Economic Research Working Papers*, n. 5, 2009.
- CAMPOS, P. A. F.; MELO, M. A.; ABRAHÃO, B. O. L.; DA SILVA, S. R. *As determinações do Estatuto de Defesa do Torcedor Sobre a Questão da Violência: A Segurança do Torcedor de Futebol na Apreciação do Espetáculo Esportivo*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 30, n. 1, p. 9-24, 2008.
- CARVALHO, M. DE; SCHEERDER, J.; BOEN, F.; SARMENTO, J. P. What brings people into the soccer stadium? (Part 1) The case of Belgium from a marketing perspective. Leuven: *Policy in Sports & Physical Activity Research Group*, Department of Kinesiology, KU Leuven, 2013.
- DEBORD, G. *Society of the Spectacle*. London: Black & Red, 2000.
- DF SUPERESPORTES. *Copa do Brasil termina com a segunda maior média de público na história dos Mundiais*. Disponível em: <<http://www.df.superesportes.com.br/app/18,625/2014/07/13/interna-noticia,31258/copa-do-brasil-termina-com-a-segunda-maior-media-de-publico-na-historia-dos-mundiais.shtml>>. Acesso em: 13 jul. 2014.
- DURÃO, V. C. M. *Megaeventos em Portugal: Expo 98 e Euro 2004 – análise do pós-evento*. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 3, n. 2, p. 229-243, 2011.
- ECO, U. O Mundial e suas pompas. In: ECO, U. *Viagem na Irealidade Cotidiana*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 227-233, 1983.
- Fifa. *Estádios de Futebol: Recomendações e Exigências Técnicas*. 5. ed. Zurique: Fifa, 2011.
- GARVER, M. S. and MENTZER, J.T. Logistics research methods: Employing structural equation modeling to test for construct validity. *Journal of Business Logistics*, v. 20, n. 1, p. 33-57, 1999.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., & TATHAM, R. L. *Análise multivariada de dados*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de Marketing: uma Orientação Aplicada*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PARAMIO, J.L.; BURAIMO, B.; CAMPOS, C. From Modern to Postmodern: the development of football stadia in Europe. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*. v. 11, n. 5, p. 517-534, September 2008.

PLURI CONSULTORIA. *Relatório Especial: Os Estádios mais caros do mundo*. Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br>>. Acesso em: 4 jun. 2014.

PLURI ESPECIAL. *O Impacto das novas arenas sobre o público e a Renda do Campeonato Brasileiro*. Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br>>. Acesso em: 17 set. 2014.

REIN, I.; KOTLER, P.; SHIELDS, B. *Marketing esportivo a reinvenção do esporte na busca de torcedores*. Porto Alegre: Bookman, 2008.

REIS, H. H. B.; Os Espectadores de Futebol e a Problemática da Violência Relacionada à Organização do Espetáculo Futebolístico. *Revista Paulista de Educação Física*, v. 17, n. 2, p. 85-92, 2003.

SOARES CÉSAR, F. S.; MAZZEI, L. C. Sustentabilidade em Arenas e Estádios: Estudo sobre as Instalações da Copa do Mundo de Futebol 2014. In BELLUCCI, I.; OBATA, S. H.; SOARES CÉSAR, V. (Ed.), *Ciência e Tecnologia como Vetores para a Sustentabilidade - Congresso Internacional de Inovação e Sustentabilidade* (p. 120-138). São Paulo: Vespa Comunicações, 2013.

THEODORAKIS, N. D.; WANN, D. L.; CARVALHO, M. D.; SARMENTO, J. P. S. D. R. L. Translation and Initial Validation of the Portuguese Version of the Sport Spectator Identification Scale. *North American Journal of Psychology*, v. 12, n. 1, p. 67-80, 2010.

UHRICH, S.; BENKENSTEIN, M. Sport Stadium Atmosphere: Formative and Reflective Indicators for Operationalizing the Construct. *Journal of Sport Management*, v. 24, p. 11-237, 2010.

VERGARA, Sylvia. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2006.

## O efeito Arena das Dunas:

uma análise da mobilidade urbana no entorno e sua potencialidade turística

*Michel Jairo Vieira da Silva*

*Deise Cristina Gomes da Silva*

*Murilo Maxiano Melo Araújo*

### **Introdução: um olhar sobre os megaeventos e seus alcances**

A realização de grandes celebrações esportivas tem sido uma estratégia de diversos países para a captação de investimentos e de atenção internacional. A Copa do Mundo de 2014 representou um grande espetáculo no esporte e fora dele – programado para o Brasil. E para que se pudesse concretizar, foram precisos investimentos em obras de infraestrutura – reformas inúmeras nas vias, além da construção de estádios que são fundamentais para este tipo de megaevento nas cidades brasileiras selecionadas.

O país teve grande visibilidade com a promoção do campeonato mundial, contudo os benefícios econômicos que tal realização trouxe para o país são difíceis muitas vezes de estimar. Isso se dá, porque que envolvem não apenas obras de infraestrutura urbana, mas também a concretização a médio e longo prazo da cidade na cena esportiva regional, nacional e internacional (consolidação de times e suas torcidas), nos fluxos

turísticos, e certamente nos novos investimentos privados (rede hoteleira, por exemplo) e divulgação internacional do país.

Os organizadores geralmente alegam que eventos como a Copa do Mundo geram estímulos para os negócios domésticos principalmente no que tange a atividade turística local. E diversos são os argumentos utilizados quanto aos desdobramentos econômicos que transbordam as partidas de futebol, e os altos investimentos, culminando como criação e melhoria na oferta de empregos, renda, acúmulo futuro de divisas, mas também Transporte e Turismo. Com o Brasil vivenciando desafios de nível mundial que impactam o setor turístico, como a realização de eventos esportivos (Copa das Confederações de Futebol em 2013, Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro), se torna cada vez mais importante discutir o planejamento e a gestão na relação entre transportes e destino turísticos. “Pois é nesta perspectiva do planejamento e da gestão que se possibilita pensar criticamente o papel dos diversos atores públicos e privados para o desenvolvimento desta atividade tão produtiva” (LOHAMNN, 2013, p. 1).

Esse planejamento surge por reconhecer a importância de “arrumar a casa”, permitindo à população local e consequentemente ao turista o usufruto de infraestrutura de excelência – adequada nesses locais. Como afirma Lohamnn (2013, p. 82) “megaeventos tem impactos de longo prazo sobre seus destinos, uma vez que exigem altos investimentos em infraestrutura que se transformam em legados para o futuro da região”. Buscando sempre o aperfeiçoamento da gestão pública, essa estruturação e preparação das cidades sede se dá principalmente através da execução e do aperfeiçoamento da infraestrutura básica necessária à atividade turística, como: revitalização de áreas consideradas de alto potencial turístico, aperfeiçoamento da sinalização turística e viabilização do aproveitamento turístico do entorno, nesse caso, onde aconteceram os jogos.

O entorno dos estádios são os cenários onde ocorrem os principais e maiores investimentos em obras de saneamento, energia, telecomunicações, segurança, mas principalmente em mobilidade urbana, transportes, e turismo. Embora todos esses investimentos em infraestrutura e serviços aparentemente não estejam vinculados diretamente à atividade turística, tornam-se imprescindíveis para gerar acessibilidade ao local do evento – objetivando satisfazer as necessidades básicas dos turistas durante sua estada na cidade.

No caso de Natal – RN, uma das 12 cidades brasileiras eleitas em 2009 sedes da Copa/ 2014, foi proposto um conjunto de ações. Foi previsto um número grande de obras que se espalhariam pela região metropolitana, e que eram justificados por constituírem-se em oportunidade única de promover o desenvolvimento da cidade e da região metropolitana. Apesar de as principais demandas urbanas contempladas nos projetos, como saneamento básico, abastecimento de água, transporte público, entre outros gargalos, igual às demais cidades sedes, o principal esforço se concentra no entorno do Estádio Arena das Dunas, local marcado para sediar o espetáculo esportivo.

Através desta perspectiva, houve um despertar atento por parte dos pesquisadores sobre a necessidade de análises mais aprofundadas sobre uma temática tão relevante para o desenvolvimento da cidade, da cena de eventos esportivos, e do turismo, que é a do planejamento e mobilidade urbana. Dessa forma, o trabalho tem como objetivo *analisar as obras de mobilidade urbana no entorno do estádio Arena das Dunas, na cidade do Natal – RN, observando também as potencialidades do estádio Arena das Dunas e seu entorno para a atividade turística.*

## Transporte e turismo: planejamento integrado e necessário

O turismo possui uma relação direta com o sistema de transporte, pois conceitualmente a sua concretização se dá através do deslocamento, da locomoção dos viajantes a partir do uso de meios de transportes para o destino e sua circulação eficiente dentro desse mesmo destino. Por esta razão, constata-se a importância de planejamentos eficientes neste setor e também no setor de infraestrutura urbana, garantindo assim, o pleno desenvolvimento cidadão de determinada região com propósito turístico (RUSCHMANN; SOLHA, 2006).

Observa-se então que, se há um eficiente sistema de transporte em um dado local, a facilidade do desenvolvimento da atividade turística (nesse caso, para Copa do Mundo como “ponta pé” inicial) será bem mais significativa, pois todo turista de uma forma ou de outra acabará utilizando a fluência dos transportes durante sua estadia – e isso se evidencia claramente na realização de megaeventos esportivos. Quanto melhor for o sistema de transporte, maiores serão as possibilidades de alavancar do turismo em um determinado local, e esse foi um dos principais discursos ao se apresentar a candidatura de Natal – RN como cidade-sede da Copa.

Ao pensar o transporte e turismo, e reconhecer que atualmente se tem uma grande discussão acerca do termo “mobilidade urbana”, é preciso conceituá-lo visto que seu uso popular é reducionista quando comparado com sua real amplitude. Mobilidade Urbana é então a condição de deslocamento de pessoas e cargas no espaço cidadão, e quando direcionada pela Lei Federal Brasileira Nº 12587 de 03 de janeiro de 2012, que trata da Política Nacional de Mobilidade Urbana, tem o objetivo de contribuir para o acesso universal à cidade, estando relacionada com a facilidade de deslocamentos de pessoas e bens no cenário urbano.

De acordo com a Cartilha do Ministério das Cidades (2005), os deslocamentos são feitos através de veículos em vias e toda a infraestrutura (ruas, calçadas etc.) que possibilitam esse ir e vir cotidiano. Isso significa que a mobilidade urbana é mais do que chamamos de transporte urbano, sendo assim, um conjunto de serviços e meios de locomoção. Tal cartilha norteou os interesses que envolvem as obras realizadas durante a Copa do Mundo de 2014, que em Natal contou com várias obras divididas em 3 lotes, e que resultariam na interação entre o movimento de pessoas (turistas e residentes) e bens com a capital potiguar.

De acordo com Vaz e Santoro, autores da cartilha da MCIDADES (2005), pensar a mobilidade urbana é pensar sobre como se organizam os usos e a ocupação da cidade e a melhor forma de garantir a fluidez a locais de emprego, escolas, hospitais, praças e áreas de lazer – é pensar uma cidade acessível para todos. Conforme Macário (2003), a mobilidade urbana deve ser vista como um agrupamento estruturado de modos, redes e infraestrutura, resultando em um sistema bastante denso, cheio de variáveis e complexo. E falar sobre mobilidade urbana no Brasil, neste caso, o entorno do Estádio Arena das Dunas em Natal – RN, envolve muitas questões comuns aos grandes centros urbanos nacionais, obras inacabadas, problemas técnicos, medidas paliativas, entre outros.

Com a escolha do Brasil como sede de grandes eventos mundiais como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas do Rio de Janeiro em 2016, a necessidade de melhorias na infraestrutura ficou ainda mais evidente, e para a realização destes eventos os projetos de mobilidade urbana tomaram lugar prioritário, não apenas para receber os visitantes durante um curto período, mas principalmente para a população local que de certa forma receberiam como “presente” todas as melhorias prometidas para a realização da Copa, em troca da concessão de suas cidades para a realização do evento.

Destaca-se que uma boa estrutura de mobilidade urbana se dá além de construções de estruturas rodoviárias. O melhor seria se houvesse integração entre os sistemas de transportes (voltados para residentes e turistas), através de projetos de interligação entre eles para melhor mobilidade urbana, conhecido como *intermodalidade* (troca de modos de transporte para facilitar deslocamentos) dentro do próprio destino, favorecendo a experiência turística, a criação de corredores turísticos (PAGE, 2008) – facilidade dos deslocamentos dos torcedores – e movimento hábil dos residentes. E isso é o que se apresenta como propósito dos projetos no entorno do Estádio Arena das Dunas.

## **Para a Copa: qualificando o entorno do estádio Arena das Dunas**

Quando as cidades entram em uma disputa para sediarem a Copa do Mundo, o principal argumento para justificar a iniciativa é que o megaevento deixaria um legado, especificamente as obras físicas resultantes, por serem nestas que justificam os maiores gastos dos recursos públicos. Defende-se que este seja o principal legado que este megaevento esportivo poderá deixar para as cidades brasileiras, pois elas são caracterizadas por ausência de infraestrutura básica e fortes desigualdades socioespaciais.

No caso da cidade de Natal-RN, foram previstos um conjunto de obras que se espalham pela região metropolitana, justificando segundo Ministério do Esporte (2010) a aplicação de 8,6% do PIB municipal. O município teve que se preparar e se adequar às necessidades exigidas para poder receber de forma mais estruturada as delegações e os visitantes que nele passaram durante o mundial, que vieram inicialmente assistir 04 partidas dos jogos da Copa do Mundo 2014 (México X Camarões; Gana X EUA; Japão X Grécia; e Itália X Uruguai). Tendo em vista que com a infraestrutura que a cidade dispunha na época, tornava-se

quase que inviável a realização de um evento de grande porte sem grandes intervenções.

O entorno do estádio Arena das Dunas é composto por shoppings, escolas, universidades, faculdades, supermercados, clínicas, hospitais, academias, repartições públicas e serviços dos mais variados nichos de mercado, tudo isso distribuído entre ruas iluminadas, pavimentadas, saneadas e com ampla oferta de transporte público – no bairro de Lagoa Nova, localizado na zona Sul de Natal (Imagem 1).

De acordo com o Sindicato da Habitação no Rio Grande do Norte (SECOVI) em entrevista à Tribuna do Norte (2014), tal perímetro é “considerado hoje uma das regiões centrais da capital potiguar”. Sendo conhecida pelos natalenses dos anos de 1960 como terra distante, longe de tudo, a região foi habitada a marcha expansionista na cidade em parte acelerada no pós-guerra. Na área do bairro de Lagoa Nova – onde anteriormente predominava a existência de granjas, sítios e casas de campos – foram construídos conjuntos habitacionais, o primeiro estádio (antigo Machado) (Imagem 2), o Centro Administrativo do Estado, o Campus Universitário da UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), além de numerosas residências de elevado padrão.

Imagens 1 e 2 – Panorama do bairro de Lagoa Nova, depois e antes da Arena das Dunas



Fonte: Canindé Soares, 2014 e 2011, respectivamente

Lagoa Nova é considerada hoje um dos locais mais movimentados de Natal. Oferta uma gama de serviços e muitos outros empreendimentos estão migrando para esta área, como clínicas, laboratórios, restaurantes, hotéis e uma série de outros serviços. Este bairro é um centro em constante construção e reforma, e a tendência é de que cada vez mais ele se consolide como potencial corredor turístico da cidade do Natal/RN, sendo logicamente um dos fatores a contribuir foi a edificação do Complexo Esportivo e Multiuso Arena das Dunas – erguida no terreno que era do Ginásio Humberto Nesi (Machadinho) e do Estádio João Machado (Machadão), ocupando uma área de 120 mil metros quadrados.

O estádio Arena das Dunas situa em uma área que pode ser considerada o coração de Lagoa Nova. As avenidas Presidente Prudente de Moraes, Lima e Silva e a BR 101 (continuação da Avenida Salgado Filho) são equidistantes de vários pontos importantes no dia a dia da cidade e que foram fundamentais para os deslocamentos dos torcedores e seleções durante a Copa do Mundo 2014. Hotéis, terminal rodoviário e aéreo, centros de treinamento não estavam a mais de 10 quilômetros em média de distância da região.

Observa-se a partir deste contexto, que o entorno do estádio Arena das Dunas possui atributos necessários para se transformar em um novo corredor turístico para a cidade do Natal/RN, pois segundo Boullon (2002, p. 97) “corredores turísticos são vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, os portos de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, que funcionam como elemento estruturador do espaço turístico.” Corredor turístico este que poderá gerar desenvolvimento econômico e social para a região principalmente se forem levadas em consideração as obras de mobilidade urbana direcionadas para seu entorno.

## As obras do entorno: o que e como foi feito

Buscando comparar as propostas iniciais e os resultados das obras de mobilidade urbana, através de pesquisa documental, sites oficiais, matriz de responsabilidade das obras de mobilidade para a Copa de 2014, fotos, observação do local, destaca-se que as obras do entorno do estádio Arena das Dunas compõem um dos três lotes da Matriz de Responsabilidade de mobilidade urbana para a Copa do Mundo 2014. Segundo dados do Portal Copa Transparente do Ministério dos Esportes, as obras de todo o Complexo Viário de Natal foram orçadas em R\$ 222,5 milhões, sendo R\$ 179,9 milhões repassados pelo Governo Federal por meio de recursos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e R\$ 42,5 milhões de contrapartida da Prefeitura do Natal.

A obra é de responsabilidade do consórcio constituído entre a Construtora Queiroz Galvão (60%) e Ferreira Guedes (40%) e foi concluída dentro do prazo estimado de 330 dias. O projeto do Complexo Viário Dom Eugênio de Araújo Sales (as obras do entorno do estádio Arena das Dunas) foi iniciada em outubro de 2013, com previsão de entrega para maio de 2014 duas semanas antes da Copa do Mundo. Entretanto mesmo estando dentro do prazo final estabelecido no cronograma, algumas das estruturas sofreram atrasos e foram entregues apenas nos meses de agosto e setembro de 2014. Durante os dias de jogos da Copa do Mundo na cidade do Natal/RN as obras que não foram entregues no prazo final foram parcialmente bloqueadas e maquiadas. Apresenta-se a seguir as obras contempladas no Complexo Viário Dom Eugênio Araújo.

*Construção de entroncamento entre a avenida Romualdo Galvão e avenida Lima e Silva (Imagem 3) – segundo dados da Secretaria Adjunta de Obras da Copa 2014 da cidade do Natal, a obra beneficia 350.000 habitantes. Foi construído um viaduto em concreto armado (220,00m de comprimento x 8,0m de largura) sobre a avenida Lima e Silva, e um túnel (185,00m de comprimento x*

8,0m de largura) sobre a avenida Romualdo Galvão, contando também com adequações viárias como a eliminação de todos os pontos críticos do entroncamento. O custo total da obra saiu por volta de 22.60 milhões de reais.

Imagem 3 – Construção de entroncamento entre a avenida Romualdo Galvão com a avenida Lima e Silva



Fonte: Canindé Soares, 2014.

*Entroncamento da avenida Lima e Silva com a avenida Prudente de Moraes (Imagem 4) – destaca-se que a população beneficiada seria de 450.000 habitantes com a construção de um viaduto estaiado com 590,0m de comprimento e 8,0m de largura, além de dois túneis (um com 250,0m de comprimento e outro com 195,0m – ambos com 8,0m de largura). Custo total da obra 75.40 milhões de reais.*

Imagem 4 – Entroncamento da avenida Lima e Silva com a avenida Prudente de Moraes



Fonte: Portal da Copa, 2014.

*Entroncamento da avenida Prudente de Moraes com a rua Jerônimo Câmara; (Imagem 5) e Entroncamento da avenida Prudente de Moraes com a avenida Capitão-Mor Gouveia – de acordo com dados da Secretaria Adjunta de Obras da Copa 2014 da cidade do Natal a reestruturação geométrica da av. Capitão Mor Gouveia, inclusive a construção do Pontilhão elevado e girador, beneficia 400.000 habitantes, sendo o custo total da obra por volta dos 23 milhões de reais.*

*Entroncamento da avenida Prudente de Moraes com a rua Raimundo Chaves; e Entroncamento da rua Raimundo Chaves com a avenida Lima e Silva – nesta estrutura a Secretaria Adjunta de Obras da Copa 2014 da cidade do Natal diz que a população beneficiada é de 120.000 habitantes. Houve a duplicação da rua Raimundo Chaves, na proximidade do cruzamento da avenida Prudente de Moraes, numa extensão de 300,0m, e foram construídos dois túneis (um com 210,0m e outro com 125,0m – ambos com 7,0m de largura) para possibilitar a saída do Complexo das*

Dunas em direção as zonas Leste Sul da Cidade. O custo total da obra ficou no entorno dos 18.200 milhões de reais.

Imagem 5 – Entroncamento da avenida Prudente de Moraes com a avenida Capitão-Mor Gouveia



Fonte: Portal da Copa, 2014.

*Plataformas de embarque e desembarque de passageiros* (Imagem 6) – esta obra contempla uma população de aproximadamente 950.000 habitantes, com a construção de duas plataformas de embarque e desembarque no entorno do estádio, de acordo com os pontos de parada da Rede do Sistema de Transporte.

## Imagem 6 – Plataformas de embarque e desembarque de passageiros



Fonte: Portal da Copa, 2014.

*Viaduto simples na Avenida Salgado Filho e Avenida Salgado Filho na altura da marginal BR 101 (Imagem 7) – nesta obra a população beneficiada no entorno é de 90.000 habitantes. Foi construído um viaduto (com 215,0m de comprimento x 7,0m de largura) sobre a marginal da BR-101, possibilitando o acesso ao Complexo Arena das Dunas a partir da avenida Salgado Filho. O custo total da obra foi de 9.90 milhões de reais.*

Não se têm disponibilizado em nenhuma das fontes – órgãos responsáveis pelo projeto original os planos de mobilidade urbana – informações claras que possam permitir profundamente o entendimento sobre o que foi prometido, o que foi feito e o que se deixou de fazer. O que se sabe é fruto das apresentações discutidas pelos gestores públicos e responsáveis pelos projetos de mobilidade urbana na cidade do Natal/RN para o megaevento ofertadas principalmente no portal de transparência da copa.

### Imagem 7 – Viaduto simples na avenida Salgado Filho na altura do Estádio Arena das Dunas



Fonte: Tribuna do Norte, 2014.

Apesar dos projetos de mobilidade urbana no entorno do estádio Arena das Dunas estarem concluídos (Imagem 8), sabe-se que vários foram os empecilhos ocorridos durante as execuções e modificações notórias desde a estrutura inicial do planejamento. Segundo o Plano Executivo – Projeto Natal 2014, a proposta inicial para a candidatura do Natal – RN como sede da Copa do Mundo de 2014 previa que

Após análise sobre o melhor cenário segundo critérios financeiros, de infraestrutura existente e atendimento às exigências da Fifa, o projeto definido foi à construção de um novo estádio no local do Machadão. Também haverá uma reestruturação do centro administrativo com a construção de novas instalações para o Governo do Estado e Prefeitura de Natal, um Shopping Center, edifícios comerciais e residenciais, hotéis do tipo business e um lago artificial, resgatando a antiga lagoa que havia no bairro de Lagoa Nova (PLANO EXECUTIVO – PROJETO NATAL 2014, 2009, p. 9).

Imagem 8 – Mapa das obras de Mobilidade Urbana no entorno do estádio Arena das Dunas



Fonte: Secretaria Municipal de Obras Públicas da Cidade do Natal/RN, 2013.

Observa-se então que o projeto já concluído pouco se assemelha com o que foi proposto desde o início para o entorno do estádio Arena das Dunas, o que inclui também os projetos de mobilidade urbana. E dentre os entraves ocorridos cita-se alguns, como por exemplo, a reestruturação financeira e a não aceitação por parte da população local sobre a proposta de desapropriação de suas casas.

Vale lembrar que Natal/RN, assim como todas as outras cidades sedes escolhidas para os jogos da Copa do Mundo, concorreu diretamente também para sediar a Copa das Confederações realizada em junho de 2013. Porém, devido a atrasos nos processos de licitações, a cidade logo foi descartada do evento. Todo esse contexto acabou demonstrando as fragilidades em poder financiar megaeventos desta magnitude. Estes atrasos ocorridos durante a execução dos projetos de mobilidade urbana foram notórios, além das modificações ocorridas desde a proposta inicial. Como cita o Portal Fiscal do Meio Ambiente Natal/ RN 2013.

Um panorama sobre os projetos das obras de mobilidade urbana para Copa de 2014 que são de responsabilidade da Prefeitura de Natal foi apresentado ao Conselho Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente (CONPLAM). Durante a apresentação aos conselheiros o andamento das readequações previstas no projeto original também foi discutido já que a Prefeitura reduziu o número de desapropriações do projeto original. O secretário adjunto da SEMPLA Carlos Alexandre Varela ressaltou que anteriormente cerca de 340 imóveis apenas no Lote 01 teriam que ser desapropriados para as intervenções viárias. Segundo ele um dos principais motivos para o atraso nas obras, pois isso causou problemas com os moradores afetados. O secretário adjunto da SEMPLA começou sua apresentação detalhando as obras dos Lotes 01 e Lote 02, que correspondem respectivamente às intervenções necessárias no corredor que liga a Zona Norte de Natal à Arena das Dunas e as obras do entorno do estádio. Carlos Alexandre explicou que algumas intervenções tiveram que ser modificadas para dar celeridade ao processo, e para que as obras fossem entregues dentro do prazo, ou seja, antes da Copa 2014. Uma das soluções encontradas pelos técnicos da Prefeitura para diminuir o tempo das obras e o número de desapropriações foi à utilização de binários – a transformação de vias em sentido único e utilização de uma via paralela com fluxo contrário.

Entende-se a partir deste relato que o projeto original não foi exatamente o que foi entregue a população da cidade do Natal/RN. E a partir dessas constatações, compreende-se que, as obras de mobilidade urbana no entorno do Arena das Dunas causaram certos conflitos entre os principais atores envolvidos diretamente por este projeto, que foram os moradores e os empresários da redondeza, além de ter acarretado desconfianças por parte da população em geral em relação aos gastos públicos para a execução do projeto do estádio e seu entorno.

Essas fragilidades trouxeram à tona a preocupação e a reflexão sobre como eventos desta magnitude impactam de maneira considerável as comunidades locais, e passou-se a ser questionado, contrabalanceando os pontos positivos e os negativos quais os que mais iriam se sobressair no decorrer

do processo e no pós-Copa no cenário esportivo, cidadão, e turístico. Neste sentido, vale refletir sobre a perspectiva de Ignarra (2003), que destaca a importância de planejamentos que envolvem o turismo, e que visem maximizar os pontos positivos em prol da comunidade receptora, superando desta forma os transtornos ocasionados durante todo o processo de execução das obras e manutenção das mesmas.

## **Práticas turísticas: potencialidade do Arena das Dunas e seu entorno**

Como um dos desdobramentos principais dessa empreitada que envolve o entorno e o próprio estádio, ressalta-se seu papel em maximizar o efeito turístico sobre o destino Natal – que atualmente foca-se basicamente no segmento de sol e praia. Assim buscou-se observar e conhecer as potencialidades do estádio Arena das Dunas e seu entorno, para se transformar no mais novo corredor turístico da cidade do Natal/RN. Este questionamento se justifica, pois, está região vem ganhando cada vez mais espaço no cenário turístico, principalmente no discurso governamental e no olhar empreendedor sobre a área, tendo em vista que alguns empreendimentos voltados ao turismo já estão sendo implantados nessa área como, por exemplo, hotéis e restaurantes.

“As oportunidades de negócios geradas pela Copa do Mundo, não ficaram restritas a Arena das Dunas. No entorno do equipamento, é possível avistar pelo menos dois novos hotéis sendo construídos”. (*Site do jornal Tribuna do Norte, em 26/01/2014*). Além de contar com visitas agendadas para conhecer o estádio, através da Arena das Dunas Tour. Outro ponto a ser destacado sobre a potencialidade do entorno do estádio Arena das Dunas em se transforma no mais novo corredor turístico para a cidade do Natal/RN são os eventos que ocorrerão continuamente no estádio, sejam eles esportivos (com possibilidade inclusive de sediar partidas de alcance regional

– Imagem 9, nacional e também internacional), sem de outras ordens.

### Imagem 9 – Partida de Campeonato Brasileiro de Futebol



Fonte: globoesporte.globo.com, 2014.

Devido a sua infraestrutura e o seu fácil acesso, vários promotores estão migrando seus eventos para o espaço de multiuso do Arena das Dunas, visto que o estádio foi construído para ser uma estrutura diversificada comportando possibilidades de shows nacionais e internacionais, feiras de exposições, festivais variados, jogos esportivos e assim por diante. Sua infraestrutura é considerada única e moderna dando suporte para eventos de pequeno, como grande porte, possuindo um estacionamento bastante amplo e de fácil acesso. E dentre os eventos realizados em seus espaços apontam-se algumas festividades e feiras que já ocorreram na localidade de acordo com o calendário (Imagem 10).

Imagem 10 – Cartazes de eventos realizados no espaço multiuso do estádio



Fonte: Google, 2014.

Existem também alguns espaços no entorno do estádio Arena das Dunas que se encontram atualmente subutilizados, e que podem se transformar em atrativo turístico. A exemplo tem-se o Presépio de Natal (Imagem 11), localizado no bairro de Candelária Natal/RN e que foi construído para se tornar um ponto cultural. Foi inaugurado em 2006 e é considerada obra do renomado arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer na cidade. Hoje em dia esse espaço se encontra completamente abandonado.

## Imagens 11 e 12 – Presépio e Papódromo – Natal/RN



Fonte: [blogdoneylopes.com](http://blogdoneylopes.com), 2006 e *Tribuna do Norte*, 2011, respectivamente.

Outra estrutura bastante simbólica e histórica e que também se encontra em desuso e que poderia aquecer o segmento de turismo religioso na cidade é o Papódromo – espaço João Paulo II (Imagem 12). O local que serviu para receber a visita do Papa em 1991 ao Brasil, “não teve um planejamento

de uso e nos últimos 20 anos foi subutilizados". (Site Tribuna do Norte, 13/03/2011).

Acrescenta-se também a existência de alguns outros espaços (Imagem 13) que podem agregar valor ao desenvolvimento da atividade turística na região, e que interagem de maneira indireta com o estádio Arena das Dunas e exigem também melhor mobilidade urbana. Como é o caso do Parque da Cidade (Parque Dom Nivaldo Monte) que fica a 4,6 km de distância do estádio, as Universidades públicas e privadas, como a UFRN e a UNP que realizam eventos contínuos em suas instalações, o templo religioso da Igreja Universal do Reino de Deus que atrai olhares de fiéis de todo o país, o Centro Administrativo onde inclusive se encontra o antigo Papódromo, além da Rodoviária da cidade – responsável pela captação de grande volume de turistas e residentes.

Imagem 13 – Equipamentos que podem agregar valor ao potencial corredor turístico para a cidade do Natal/RN



Fontes: Google, 2014.

Estes exemplos demonstram a grande potencialidade que a região possui em prol do desenvolvimento do turismo e o quanto é válida a afirmativa de que se esta área for bem trabalhada e organizada de maneira integrada, associada às obras já desenvolvidas, poderá sim se transformar no mais novo corredor turístico da cidade do Natal/RN. Porém se fazem necessários programas de ações que visem o desenvolvimento do turismo para aquela localidade pelos gestores públicos e privados visando os benefícios futuros em longo prazo.

Neste caso é preciso planejamentos eficientes, pois “o planejamento dá coerência e convergência às atividades em prol do turismo [...] ordenando o território e melhorando as infraestruturas, equipamentos, serviços, promoções e preservação do ambiente físico, natural e urbano” (PETROCCHI, 2005, p. 72). Potenciais existem, apenas faltam trabalhos com foco no turismo e no local. Nesta perspectiva deve-se ressaltar que a “a comunidade deve ter o direito de pronunciar-se, inclusive, sobre o não desenvolvimento do turismo em determinado local” (BARRETO, 2005, p. 20), participar de todo o processo decisório nos projetos de grande magnitude, como foi o caso do Arena das Dunas e seu entorno.

## Considerações finais

Através das análises constatou-se que as obras de mobilidade urbana no entorno do Arena das Dunas atenderam em curto prazo os objetivos propostos pelos projetos, que foram basicamente o desafogamento do trânsito e fluidez de acesso ao estádio, resultando nas melhores condições de mobilidade urbana para os moradores da cidade, região metropolitana e dos turistas – esperando que esse quadro de benefícios se estenda a um longo prazo. Porém, observou-se que várias foram as modificações e os entraves ocorridos durante as execuções das obras, o que acabou acarretando em desgastes na compreensão popular acerca do real legado deixado pela Copa.

A potencialidade do entorno do estádio Arena das Dunas para se transformar no mais novo corredor turístico da cidade justifica-se, pois durante as análises identificou-se uma série de atrativos existentes na localidade e uma gama de serviços oferecidos que conseguem suprir os interesses dos produtores turísticos (eventos, hotelaria, esporte, alimentação etc). Ratifica-se aqui a essencial necessidade de planejamento integrado, valorizando projetos de consultoria em mobilidade e turismo, com foco na comunidade e empresários, mostrando a potencialidade da região e apontando horizontes a serem seguidas pelos interessados em aprimorar ou empreender novos estabelecimentos voltados ao turismo e esporte. Destaca-se que é preciso avançar nas pesquisas, priorizando outras interfaces, como o olhar do turista sobre a sua experiência em destinos que foram sedes de megaeventos como a Copa do Mundo, ações de manutenção das áreas contempladas com obras dessa magnitude, entre outros temas.

## Referências

Arena das dunas – Eventos. Disponível em: <<https://arenadunas.com.br/#!eventos>>. Acesso em: 26 nov. 2014.

BARRETO, M. *Planejamento e Organização em Turismo*. Campinas: Papirus, 2005.

BOULLÓN, R. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC, 2002.

Efeito Arena. Disponível em: <<http://tribunadonorte.com.br/noticia/efeito-arena/272732>>. Acesso em: 26 out. 2014.

Em Natal/RN Presépio será transformado no Centro Cultural Banco Do Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2013/12/em-natal-presepio-sera-transformado-no-centro-cultural-banco-do-brasil.html>>. Acesso em: 19 nov. 2014.

*Estudo sobre as obras do estádio e seu entorno*. Disponível em: <[http://www.copatransparente.gov.br/pesquisa\\_acoes](http://www.copatransparente.gov.br/pesquisa_acoes)>. Acesso em: mar.-out. 2014.

IGNARRA, L. R. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

LOHMANN, G. *Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MACÁRIO, R. *Integration in urban mobility systems: quality upgrading or competition blockade*. Lisboa: CESUR, Instituto Superior Técnico (2003).

*Matriz de responsabilidades da Copa das Confederações Fifa 2013 e da Copa do Mundo Fifa 2014 - Ministério do Esporte*. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/compromissosCopa2014.jsp>>. Acesso em: mar.-out. 2014.

*Natal e seus elefantes brancos*. Disponível em: <<http://tribunadonorte.com.br/noticia/natal-e-seus-elefantes-brancos/175258>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

*Natal/RN - Projeto das obras de mobilidade urbana da Copa 2014 são apresentados ao Conplam*. Disponível em: <<https://fiscalambiental.wordpress.com/2013/05/page/5/>>. Acesso em: 12 ago. 2014.

PAGE, S. *Transporte e Turismo: Perspectivas Globais* São Paulo: Bookman. São Paulo: 2008.

PETROCCHI, M. *Turismo: Planejamento e Gestão*. São Paulo: Fatura 2005.

PLANO EXECUTIVO NATAL 2014, Price Waterhouse Cooper, 2009.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, T. *Planejamento Turístico*. Barueri: Manole, 2006.

VAZ, J.C.; SANTORO, P. 2009. *Cartilha Mobilidade urbana e desenvolvimento urbano!* 2005. Disponível em: <[http://www.polis.Org.br/publicacoes\\_interno.asp?codigo=194](http://www.polis.Org.br/publicacoes_interno.asp?codigo=194)>. Acesso em: 10 out. 2014.

## Para além dos nossos olhos:

o que há de periférico do debate sobre os legados dos megaeventos esportivos

*Allyson Carvalho de Araújo*

### Introdução

O cenário nacional da segunda década do século XXI tem apontado uma agenda em que a pauta esportiva está em destaque. Considerando os, já realizados, Jogos Pan e Parapan-Americanos em 2007, os Jogos Mundiais Militares em 2011, a Copa das Confederações em 2013 e a Copa do Mundo de Futebol em 2014, além dos vindouros Jogos Olímpicos e Paraolímpicos em 2016, é possível constatar que estamos vivendo um momento de efervescência da manifestação esportiva em nosso país.

Segundo Almeida, Mezzadri e Marchi Jr. (2009), em 10 anos (2007-2016) o Brasil será palco de 07 grandes eventos esportivos, dos quais apenas dois deles são classificados pela comunidade acadêmica como megaeventos esportivos, a saber: a Copa do Mundo 2014 e os Jogos Olímpicos 2016. O argumento básico dos autores é respaldado nos estudos de Roche (2001) que classifica os eventos esportivos a partir do seu alcance de mídia e mercado.

Observando os critérios para classificação dos megaeventos esportivos, inicia-se a percepção de que um evento esportivo deste porte tem extravasado sua repercussão para além do campo esportivo. Exatamente por essa razão que o conceito de

megaevento mais referendado no âmbito das ciências humanas e sociais, compreende estes como:

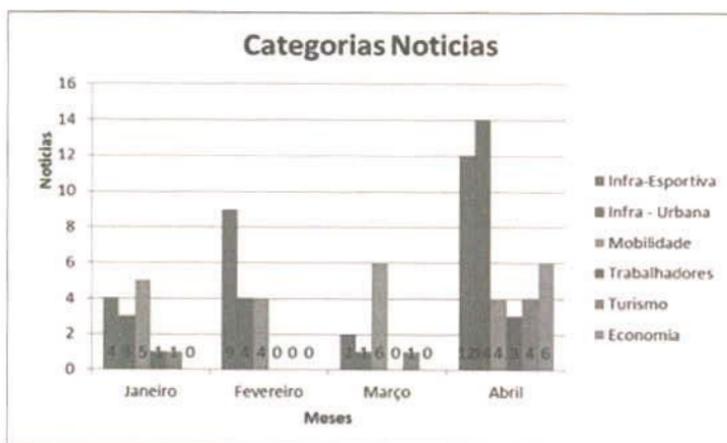
[...] eventos de larga escala cultural (incluindo comerciais e esportivos) que tem uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões "oficiais" da cultura pública (ROCHE *apud* ALMEIDA; MEZZADRI; MARCHI JR., 200, p. 179).

Em tempos de megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, tem se tornado recorrente a tematização dos legados a partir da noção de impactos causados por tais eventos nas diferentes dimensões da sociedade brasileira. Contudo, o relevo dado à temática dos legados é insignificante frente às preocupações com viabilidade técnica da sede em receber os jogos.

Segundo Holger Preuss (*apud* POYNTER, 2006), foi apenas a partir da preocupação do Comitê Olímpico Internacional em contrabalançar a dimensão comercial dos Jogos Olímpicos com uma noção de valores e responsabilidade que a questão do 'legado' tornou-se central no ambiente olímpico. Comparativamente, a questão do legado possui bem menos importância no âmbito da Fifa (TAVARES, 2011, p. 19).

No rastro desta emergência temática, também se percebe inculido uma limitada compreensão de legado centralizada nos aspectos físico-estruturais, sobretudo nos discursos midiáticos conforme apontado nos estudos de Abreu e Araújo (2013). Estes autores identificaram a recorrência midiática ao fazer referência à Copa do Mundo da Fifa 2014 nos primeiros meses de 2012 na cidade do Natal.

Ilustração 1 – Notícias categorizadas



Segundo o resultado desta pesquisa, os temas que mais foram pautados pela mídia potiguar foram as infraestruturas, Esportiva e Urbana, e a Mobilidade Urbana, problemas recorrentes na cidade de Natal, conforme pode ser observado na Ilustração 1.

Contudo, acreditamos que se faz necessário dar visibilidade a outros legados que podem ser construídos a partir da realização dos megaeventos esportivos no Brasil. Como legados entendemos toda “estrutura planejada ou não, positiva ou negativa, tangível ou intangível que foi ou será criada através de um evento esportivo e que permanece depois do mesmo” (PREUSS, 2006, p. 3). Nesses termos é possível pensar o tema dos legados para além dos aspectos da infraestrutura.

O próprio Comitê Olímpico Internacional buscou sistematizar o que chamamos de legados aplicados aos eventos esportivos em novembro do ano de 2002 ao organizar o International Symposium on Legacy of the Olympic Games. Nas conclusões e sugestões presentes no documento assinado pelos membros do

evento habitou a preocupação com os legados ora denominado de intangíveis. No texto percebe-se o seguinte destaque:

Em particular é necessário se ressaltar a importância dos legados intangíveis tais como a produção de ideias e de valores culturais, experiências interculturais e experiências de inclusão (baseadas em gênero, etnia e habilidades físicas), memória popular, educação, arquivos, esforço coletivo e voluntariado, novos praticantes de atividades esportivas, reconhecimento em escala mundial etc. (IOC *apud* SOUZA; PAPPOUS, 2013, p. 43).

Ao regressar ao mesmo documento do International Symposium on Legacy of the Olympic Games, observamos que o texto expressa ainda que os legados imateriais são motores para que os legados imateriais possam se desenvolver em longo prazo.

Contudo, apesar do reconhecimento de necessária atenção aos legados intangíveis percebe-se uma negligência a este tema proporcional ao crescimento de um, descrédito social da pertinência ou concretização das mudanças estruturais que dizem respeito aos legados materiais.

A partir desse cenário gostaríamos de regressar a compreensão de Barnabé & Starepravo (2013), ao apresentar a noção de legados imateriais, como forma de melhor compreender essa dimensão e investir em sua visibilidade. Segundo os autores, legado imaterial diz respeito à formação do ser humano e a incorporação de valores e hábitos à vida da população. Dentre os legados imateriais destaca-se a contribuição dos megaeventos esportivos para o campo educação, principalmente no que se refere à Educação Física escolar, por privilegiar debates/ações acerca do esporte, práticas corporais e desenvolvimento físico.

No rastro desta compreensão, apostamos na dimensão educacional para a construção de legados imateriais, pois:

[...] Por meio do legado esportivo educacional, apostamos em uma possibilidade de utilização do esporte como ferramenta

educacional [...]. Desta forma, o conteúdo esporte pode ganhar amplas possibilidades de intervenção, relacionando a cultura corporal do esporte com subtemas em destaque pela realização do megaevento esportivo, como por exemplo, a relação da mídia com o esporte e neste sentido o esporte telespetáculo; o corpo, a saúde, e os padrões de beleza; sedentarismo e doenças relacionadas à falta de prática esportiva e atividades físicas; discussões sobre ética e valores no esporte; apresentar aos alunos esportes e modalidades esportivas que não faz parte do cotidiano deles; entre inúmeras outras possibilidades [...] na medida em que procura tematizar valores relacionados ao universo esportivo (BARNABÉ; STAREPRAVO, 2013, p. 4).

Na compreensão dos autores, a ampliação da compreensão de mundo a partir da vivência e problematização da manifestação esportiva é um caminho interessante para promover impacto na educação das crianças e jovens a partir dos megaeventos esportivos.

Considerando que a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos e 2016 serão eventos largamente midiáticos, interessa-nos abordar o canal midiático como importante vetor de apropriação de conhecimentos por escolares.

O inegável consumo da mídia no âmbito individual e escolar dos alunos nos faz pensar sobre o processo de apropriação dessas informações por parte do alunado e, nesse cenário, que se configura a necessária relação entre mídia e educação física no intento de promover um consumo mais crítico das informações veiculadas, sobretudo em tempos de megaeventos esportivos.

Segundo a pesquisa “Geração interativa na Ibero-América: crianças e adolescentes diante das telas”, o Brasil é apontado como país em que os jovens mais buscam caminhos próprios em comunicação (SOARES, 2011). Ainda sobre os resultados da pesquisa, que teve como foco escolares entre 6 e 18 anos de toda América Latina, é possível observar que esta potencialidade do jovem brasileiro não é acolhida pela escola. Nesses termos, pensamos que, em tempo de megaeventos, é necessário considerar a

mídia como importante potencializador dos legados imateriais que o esporte pode nos ofertar.

A respeito desse intento Betti, afirma que “introduzir o esporte na escola, assim como as novas tecnologias pedagógicas, audiovisuais ou informáticas, é fazer viver a escola com o seu tempo” (1997, p. 24). Essas demandas são alarmadas porque se considera necessário pensar na mídia como portadora de uma pedagogia própria que pode interferir no processo de educação do sujeito. Assim, aderimos ao pensamento que considera a mídia como responsável, em grande parte, pelas trocas simbólicas atuais e que, por esse motivo, é promotora de novas demandas educacionais já que, de forma direta e indireta, modifica a dinâmica social, bem como a interação e a comunicação entre as pessoas.

A partir da constatação de que os megaeventos esportivos caracterizam-se como um terreno fértil para explorar o potencial social do esporte por meio da educação, e que a canal midiático pode constituir-se como desencadeador dessa potencialidade, é que interessa-nos investir neste campo intervenção pedagógica.

Assim, como tentativa de fomentar o debate, o Laboratório de Estudos em Educação Física e Mídia (LEFEM/UFRN) coloca em evidência a necessidade de tematizar os megaeventos esportivos no Brasil, vetorizando o debate para as questões educacionais, em particular na área da Educação Física. Dessa forma, considerando que a Copa do Mundo de futebol, realizada no ano de 2014, e os Jogos Olímpicos previstos para o ano de 2016, são eventos largamente midiáticos, interessa-nos de forma mais específica abordar a comunicação como importante vetor de apropriação de conhecimentos por parte de diferentes segmentos da sociedade, tendo-se a transversalidade dos megaeventos perpassando o próprio espaço escolar, transformando-se em objetos educacionais para o trabalho com escolares em vários componentes curriculares.

Ao apostarmos na relação mídia-educação física e megaeventos esportivos estamos oportunizando um delineamento mais claro a cerca dos legados sociais que estes eventos esportivos podem oportunizar para além da percepção historicamente centralizada nos aspectos físico-estruturais. Em paralelo, o trabalho com a mídia-educação pressupõe um mapeamento dos discursos midiáticos sobre o tema a ser trabalhado e, neste sentido, o percurso trilhado também oportuniza a identificação e produção de um discurso midiático brasileiro sobre os legados dos megaeventos esportivos no Brasil em sentido amplo.

Considerar a avalanche de informação que assola o homem contemporâneo é preocupar-se com as recepções destas em nosso cotidiano. Nesse sentido, ao refletir o contexto educacional, reconhecemos que cabe a escola, e principalmente aos professores, buscar reflexões a cerca da integração e/ou inclusão da mídia no âmbito escolar, no intuito de difundir de maneira crítica reflexiva o discurso midiático neste contexto. Desta forma, pensar na educação para mídia e pela mídia na escola, requer considerá-la para além de uma estratégia metodológica, levando em consideração que a mesma pode ser tratada como um meio inovador de ensinar o que o próprio meio tem a oferecer, cabendo à instituição escolar desenvolver esta integração de modo criativo, competente e crítico-reflexivo.

Várias são as definições atribuídas a essa perspectiva de resignificação da mídia no contexto educacional, como termos mais utilizados estão o “educomunicações” (SOARES, 2011), “mídia-educação” (FANTIN, 2006), “educação para as mídias”, que embora tragam em suas contextualizações algumas divergências, foram responsáveis por alicerçar um novo pensar a cerca da mídia, sendo desta forma, um aporte teórico responsável por possibilitar uma perspectiva qualitativa e inovadora de prática pedagógica.

O projeto *Mídia-Educação Física em tempos de megaeventos esportivos: impactos sociais e legados educacionais* tem como

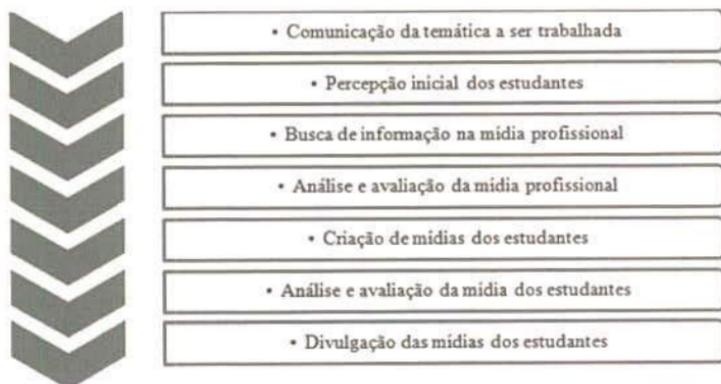
objetivo tematizar e problematizar os megaeventos esportivos em ambiente escolar a partir dos discursos midiáticos por meio da Mídia-Educação Física, com fins a identificar e mapear os impactos e legados sociais e educacionais destes eventos, além da apropriação destes por alunos do Ensino Médio.

Para que as mídias sejam de fato inseridas na escola com o intuito de fomentar o processo de ensino aprendizagem Tufte e Christensen (2009, p. 103) trazem alguns objetivos de leitura midiática: o acesso; a compreensão, que parte de uma análise crítica das informações e a Criação como o próprio nome sugere, enfatiza o por vir do processo, tornando o sujeito ativo produtor de mídia. Para além dos objetivos de leitura midiática, os autores sugerem os momentos pedagógicos pertinentes à produção de mídia: Comunicação, busca de informação, percepção, análise e produção profissional da mídia, produção de conteúdo, análise e avaliação da produção da mídia dos estudantes. Desta forma evidencia-se a amplitude com a qual esses autores discutem as nuances a cerca das produções midiáticas no contexto educacional.

Assim, configuramos nosso entendimento inicial de Mídia-educação, e produzimos um novo organograma, que consideramos mais completo.

Atualmente a atuação pedagógica está inserida na E. E. Edgar Barbosa (Ensino Médio), na E. M. Ulisses de Góis (Ensino Fundamental) e no Instituto Federal do Rio Grande do Norte de Parnamirim (Ensino Médio) e já vem demonstrando um desenvolvimento de trabalhos interessantes, explicitados pela produção de mídia pelos discentes.

Imagem 1 – Fluxo didático do Projeto Mídia-Educação Física em tempos de megaeventos esportivos: Impactos sociais e legados educacionais



Esperamos com estas intervenções (01) a superação do tradicionalismo na abordagem do conteúdo esporte na escola a partir do uso de tecnologia de informação e comunicação; (02) o combate à subutilização dos megaeventos esportivos no campo educacional, dado o devido relevo e contorno aos legados sociais e educacionais advindo destes eventos e; (03) fomentar abordagem contemporânea dos conteúdos esportivos escolares a partir do consumo do alunado a cerca dos megaeventos esportivos.

## Imagem 2 – Jornais, Blogs e revistas – Mídias produzidas pelos alunos



Em linhas gerais gostaríamos de dar relevo ao que consideramos relevante mesmo com pouca ou quase nenhuma visibilidade quando falamos em legados dos megaeventos esportivos. Temos como princípio que a cultura é um aspecto fundamental e a base de todos os legados. Temos também que questões de ordem sociais, tais como: Multiculturalidade, internacionalização e alteridade são aspectos importantes. Assim como outros temas de dentro do campo esportivo, tais como a inclusão de mais esportes e o aumento das mulheres na prática esportiva ou mesmo o debate sobre ética na atividade esportiva.

Estamos construindo, pois a bola está em jogo. Gostaríamos de tirar os legados intangíveis do banco de reservas para que, em campo ele possa nos fazer lembrar o que aprendemos com

os megaeventos esportivos e como podemos melhor fazer isso e alimentar os legados tangíveis.

## Referências

- ABREU, Miguel A. C. ARAUJO, Allyson C. *Copa do Mundo 2014 na cidade de Natal: quando a infraestrutura se transforma em notícia*. Anais do XVIII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e V Congresso Internacional de Ciências do Esporte. Brasília, 2013.
- ALMEIDA, B. S.; MEZZADRI, F. M.; MARCHI JUNIOR, W. Considerações Sociais e Simbólicas sobre Sedes de Megaeventos Esportivos. *Motrivivência*, Florianópolis, v. 21, n. 32-33, p. 178-192, jun./dez. 2009.
- BARNABÉ, A. P.; STAREPRAVO, F. Legados esportivos educacionais, a Educação Física e os megaeventos esportivos no Brasil. *Fiep Bulletin*, São Paulo, v. 83, Special Edition, p. 1-6, 01 jan. 2013.
- BETTI, M. *A janela de vidro: esporte, televisão e Educação Física*. 1997. 278 f. Dissertação (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.
- FANTIN, M. *Mídia-educação: conceitos, experiências e diálogos Brasil-Itália*. Florianópolis, Cidade Futura, 2006.
- PREUSS, H. *Lasting Effects of Major Sporting Events*. Institute of Sport Science, Germany, 2006.
- ROCHE, M. *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. New York: Routledge, 2000.
- SOARES, I. O. *Educomunicação: o conceito, o profissional a aplicação: contribuições para a reforma do Ensino Médio*. São Paulo: Paulinas, 2011.
- SOUZA, D. L.; PAPPOUS, S. Legados esportivos de megaeventos Esportivos: uma revisão da literatura. *Motrivivência*, Ano XXV, n. 41, p. 42-56 dez./2013.
- TAVARES, O. Megaeventos Esportivos. *Movimento*. Porto Alegre, v. 17, n. 03, p. 11-35, 2011.
- TUFTE, B; CHRISTENSEN, O. *Mídia-educação - entre a teoria e prática*. Núcleo de Publicação do CED/UFSC, Florianópolis, v. 27, n. 1, 97-118, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.perspectiva.ufsc.br>>. Acesso em: 04 mar. 2013.

# Megaeventos esportivos e os legados sociais

*Fábio Fonseca Figueiredo*

*Abelardo Monteiro Bezerra de Melo Neto*

*Anna Lidiane Oliveira Paiva*

## Introdução

O discurso oficial atrela o esforço para a realização dos megaeventos esportivos globais, notadamente a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, a possibilidades de com estes grandes eventos a sociedade brasileira se beneficiar com o que ficou convencionado de impactos e legados diversos. Associada a nova remodelação do espaço urbano, a realização dos megaeventos transforma a cidade segundo a lógica do gerenciamento empresarial. No Brasil, que realizou a copa de 2014 e realizará as olimpíadas de 2016, a administração federal modificou as normativas nacionais e instituiu novas legislações específicas como a Lei Geral da Copa, como uma forma de adequar o aparato institucional nacional as leis de mercado internacional. Ou seja, os espaços urbanos se privatizam e o estado saiu de cena e deixa a cargo das promotoras dos megaeventos a gestão dos espaços públicos necessários à realização destes eventos.

A sobrevalorização dos aspectos econômicos e urbanísticos provoca o distanciamento dos megaeventos esportivos

globais dos esportes, de modo que a sociedade está cada vez mais longe de receber os legados intangíveis, que associamos ao acesso por parte da população aos equipamentos esportivos construídos com maciço recurso público em regime de parceria público-privada; também, a democratização dos espaços públicos que se privatizam a partir das exigências das promotoras dos megaeventos esportivos. Portanto, o legado social que poderia ser proporcionado pelos megaeventos torna-se discutível, a partir da contestação dos usos e apropriações de espaços públicos pela iniciativa privada que é financiada pela administração pública, o que contrapõe os recursos investidos no esporte como benefícios à sociedade.

Ao longo do texto demonstraremos que os eventos esportivos quanto mais globalizados mais se distanciam do que deveria ser o objetivo principal, o esporte enquanto elemento socio-cultural. Também, demonstraremos que uma política pública pode conciliar a construção de equipamentos esportivos e que estes equipamentos podem resultar em legados sociais para a população local, no que se refere ao acesso e a democratização de tais equipamentos.

O presente trabalho é produção literária do projeto de pesquisa que analisa os impactos e legados para o futebol nas cidades de Brasília, Cuiabá, Manaus e Natal, quatro das dozes sedes da Copa do Mundo de Futebol de 2014. O texto foi elaborado a partir de orientações interdisciplinares, caracterizada pelo uso da pesquisa qualitativa, dados estatísticos, pesquisa documental e bibliográfica.

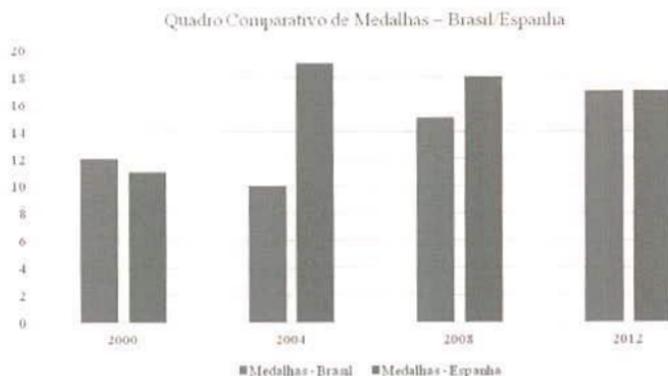
## **A política esportiva e a dinâmica dos megaeventos no Brasil**

As práticas esportivas no Brasil surgiram com as primeiras agremiações esportivas, que datam do início do século XX. Inicialmente foram introduzidos os esportes náuticos, de modo

que a maioria dos esportes eram praticados pela aristocracia. A prática esportiva se popularizou aos diversos grupos sociais com o futebol, que se difundiu como principal desporto no país (BUENO, 2008).

Entre avanços e retrocessos em sua estrutura regulatória através das décadas, o esporte se torna um direito social, a partir da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988). O esporte pode ser caracterizado por três diferentes tipos de manifestações: desporto de rendimento, desporto de participação e desporto educacional, conforme a Lei 9.1615/98, (BRASIL, 1998). Com a criação do Ministério do Esporte em 2003, o esporte de alto rendimento se tornou o protagonista e vitrine da política esportiva brasileira diante dos outros tipos de práticas esportivas devido à realocação de recursos que a Lei nº 10.264, conhecida como Lei Agnelo/Piva proporciona, o que demarca tal vantagem desta forma de prática esportiva em relação às outras.

Figura 1 – Comparativo de quadro de medalhas olímpicas conquistadas por Brasil e Espanha (2000-2012)



Fonte: Elaboração própria, a partir de Olympic Museum (2014).

Este mecanismo, usado pela lei Agnelo/Piva contribui para o avanço do esporte de rendimento no país nas modalidades olímpicas. Atualmente, o Governo Federal destina 2% da arrecadação bruta da loteria federal para o desenvolvimento do esporte nacional, sendo que 85% deste percentual é atribuído para a o esporte de alto rendimento do país (BRASIL, 2001). Reflexo da opção oficial pelo esporte de alto rendimento pode ser observado pela quantidade de medalhas olímpicas conquistadas pelo Brasil nos últimos quatro jogos olímpicos, conforme demonstrado na Figura 1.

É possível depreender a partir desta realocação de investimentos, que o país está conduzindo de modo eficiente sua política esportiva, para o desporto de alto rendimento. Essa configuração da política aponta o objetivo de estar entre as 10 potências olímpicas na edição dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro (MINISTÉRIO DO ESPORTE, 2012). Para tal análise, é pertinente observar o quadro de medalhas, que traz a evolução do esporte brasileiro nas olimpíadas desde os anos 2000, em Sidney/Austrália, até 2012 em Londres em comparação com as medalhas conquistadas pela Espanha no mesmo período uma vez que o país europeu foi um dos que avançou na conquista de medalhas olímpicas na última década.

Com a opção do país para sediar os maiores eventos esportivos da atualidade, a copa de 2014 e as olimpíadas de 2016, a pauta esportiva oficial é colocada em evidência nas agendas governamentais e a dinâmica das cidades envolvidas para sediar tais eventos muda completamente, devido à atenção internacional dada pela mídia no período de preparação e realização dos jogos. Neste processo há um forte embate entre o que mercado almeja extrair e o que a sociedade espera receber no que se refere a impactos econômicos e legado das estruturas que foram construídas para a realização de tais eventos. Nesse prisma, Roche (1994, p. 19) atribui os megaeventos esportivos como *um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes*

*por longo tempo nas cidades e/ou países que o sediam e está associado à criação de infraestrutura e comodidades para o evento.* Ainda conforme o autor:

Uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões 'oficiais' da cultura pública (p. 1).

Neste contexto, também se faz necessário estabelecer conceitos para legado e elencar a devida literatura pertinente. Essa classificação é necessária para compreender a ação dos agentes que fazem parte do processo de realização dos megaeventos e ainda os que são externos a sua realização, que sejam indiretamente atingidos pela dinâmica de estruturação urbana. Para tal explanação, Gratton e Preuss (2008, p. 1924) definem legado como o conjunto de *estruturas, planejadas e não planejadas, positivas e negativas, intangíveis e tangíveis, criadas mediante um evento esportivo que permanecem após o evento*. Já autores como Villano (2008) categoriza os legados possíveis de um megaevento esportivo podem ser encontrados em cinco eixos, a saber: O Legado do evento em si; Legados da candidatura do evento; Legados da Imagem da localidade que o hospeda; Legados de Governança; Legados de Conhecimento.

É sabido que são provenientes dos megaeventos diversas transformações estruturais, ambientais, políticas, culturais, sociais e econômicas, advindas da realização do espetáculo e da preparação para tal no espaço urbano. A adequação da cidade a padrões específicos altera principalmente as relações sociais da cidade com os cidadãos e o tecido urbano. A promoção de um megaevento por um país pode ser justificada por diversos argumentos, como a divulgação internacional da localidade para a atração de fatores diversos relativos a turismo e investimentos econômicos, a construção de infraestruturas, os investimentos

a longo prazo, a geração interna de renda e novos empregos, e um possível legado para o esporte.

O primeiro evento global de considerável relevância a ser destacado é o Grande Prêmio de Fórmula 1, realizado na cidade de São Paulo por primeira vez no ano de 1973. O Grand Prix da Fórmula-1 apesar de trazer pouco ou nenhum legado para o esporte, impacta na economia da cidade de São Paulo, de modo que em seu período de realização, ocupa praticamente 100% da rede hoteleira da capital paulista (DACOSTA, 2008) e contribui para imagem do país (VILLANO, 2008).

Outro megaevento esportivo de grande envergadura também realizado no país foram os Jogos Pan-Americanos ocorridos em 2007. Aqueles jogos produziram impactos significativos no Rio de Janeiro já que a partir de então houveram mudanças estruturais na malha viária da cidade. Conforme Mascarenhas *et al.* (2011) com os Jogos Pan-Americanos elementos como os elevados preços dos imóveis localizados nas áreas nobres e a construção da vila olímpica delinearam o novo paradigma de urbanismo olímpico e gestão de cidades direcionada para a valorização fundiária do local, buscando atrair um segmento social de renda elevada.

Nos anos posteriores foram realizados eventos de menor escala, chamados de eventos-teste, tanto de preparação para as olimpíadas de 2016, quanto para a Copa do Mundo de 2014. Tais eventos foram os Jogos Mundiais Militares em 2011, reunindo aproximadamente sete mil atletas, utilizando equipamentos da estrutura advinda dos Jogos Pan-Americanos; e no ano de 2013 ocorreu a Copa das Confederações, evento teste para o mundial de futebol. Durante a Copa das Confederações houve diversos protestos contra os gastos públicos destinados a construção das arenas multiuso. Em 2014 o país recebeu a esperada Copa do Mundo de Futebol, que devido a processos políticos, contaram com doze cidades-sede ao invés de oito

normalmente recomendadas pela Fifa. A próxima sessão apresenta os legados sociais que podem ser auferidos a partir dos megaeventos esportivos.

Para o Governo Federal, as localidades que hospedam os megaeventos, proporcionam legados tangíveis (as diversas obras e reformas no espaço urbano) e intangíveis, estes relacionados a sentimento de orgulho nacional etc. O megaevento tem características marcantes e momentâneas causadas em setores com modificações em curto prazo como o econômico e o setor midiático. Apesar disso a cidade que sedia os eventos pode se tornar um campo mercadológico e não um campo populacional com funções sociais. Para Preuss (2007, p. 22) “Sediar um megaevento significa, finalmente, que outros projetos na cidade podem ser excluídos e, portanto cria altos “custos de oportunidade” para o grupo que necessita de infraestrutura”.

Os legados sociais dos equipamentos destinados aos megaeventos no Brasil, torna-se complexo mensurá-los diante das práticas de eventos anteriores por serem dinâmicos e possuírem várias facetas e aspectos a serem considerados, no âmbito local e global. Sediados na mesma cidade, os megaeventos como Jogos Pan-Americanos, Olimpíadas e a Copa do Mundo de Futebol podem gerar legados de infraestrutura esportiva similares (PREUSS, 2007).

Nesse sentido, os legados sociais da de um megaevento esportivo poderiam estar atrelados a fatores como acesso pela população aos equipamentos esportivos construídos. A democratização do uso de tais equipamentos se justificaria pelo fato de que no Brasil, os megaeventos contarem com elevados financiamento público (FIGUEIREDO; ARAÚJO, 2013; PRONI; SILVA, 2012). A próxima sessão apresenta dois exemplos de legados sociais que ocorrem no Brasil, os quais relacionamos ao acesso e a democratização do uso de equipamentos esportivos por parte da população local.

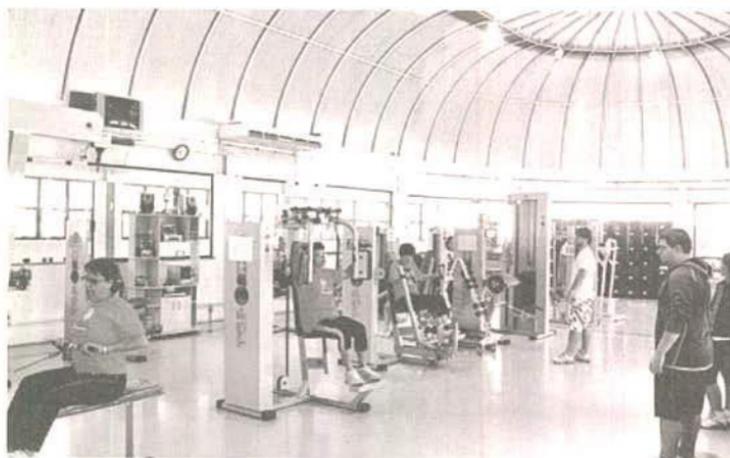
## Legado social e esportivo dos megaeventos esportivos: experiências brasileiras

Conforme demonstramos anteriormente, há um visível crescimento das premiações para o esporte do Brasil ao nível internacional. No entanto, ao se analisar a prática esportiva no cotidiano da população, inferimos que a política esportiva brasileira deveria agregar de forma mais igualitária as outras vertentes, para além do esporte de alto rendimento, para que se faça imperativa a prática esportiva nos espaços públicos.

A partir desta premissa, a prioridade pelo desporto de rendimento não deveria ser a regente da política esportiva brasileira, uma vez que o desporto ainda não se reflete efetivamente na vida dos brasileiros. Na sociedade brasileira somente 10% acima dos 14 anos cumprem as recomendações de atividades físicas mínimas, o que torna um desafio para o Estado articular intersetorialmente a área da saúde e realocação dos espaços físicos para a promoção de uma melhora na qualidade de vida da população (KNUTH, 2011).

Figura 2 – Estádio da Cidadania em Volta Redonda e a academia de ginástica na parte interna daquele equipamento esportivo





Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Volta Redonda (2014).  
Disponível em: <http://www.portalvr.com/estadiodacidania/>

Há, contudo, dois exemplos de que a política pública de construção de equipamentos esportivos pode estar direcionada ao acesso e democratização destes equipamentos e espaços onde foram construídos, o que chamamos de legados sociais. O estádio General Sylvio Raulino de Oliveira, na cidade de Volta Redonda/RJ, foi concebido dentro de um contexto histórico bastante difuso do momento atual. A cidade abrigava a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) e foi uma cidade pensada para ser um modelo de cidade industrial na era Vargas e que se esfacelou com o passar das décadas (MASCARENHAS; OLIVEIRA, 2006).

A praça esportiva passou por uma modernização, sendo entregue em 2004 sendo considerado um dos estádios mais modernos do país, seguindo integralmente as determinações do Estatuto do Torcedor. Com ações sociais voltadas para a população local, a infraestrutura do estádio conta com as academias da terceira idade e da vida, uma biblioteca virtual, polo de educação superior e a distância, um centro de imagens, uma

clínica de oftalmologia e de reabilitação, ótica e a policlínica da cidadania.

Com a nova alcunha de Estádio da Cidadania, o equipamento esportivo de Volta Redonda foi cotado para ser um dos estádios que receberia jogos da Copa do Mundo de 2014. Entretanto, não foi plausível devido às exigências da organização do mundial que solicitava um equipamento esportivo arquitetonicamente diferente. Sendo a única instalação pública no Rio de Janeiro em boas condições para receber as delegações que vieram para a copa, no ano de 2013 foram liberados 800 mil reais pelo Ministério do Esporte para a realização de novas obras de modernização do estádio (MASCARENHAS; OLIVEIRA, 2006).

Figura 3 – Primeiros anos do Pacaembú

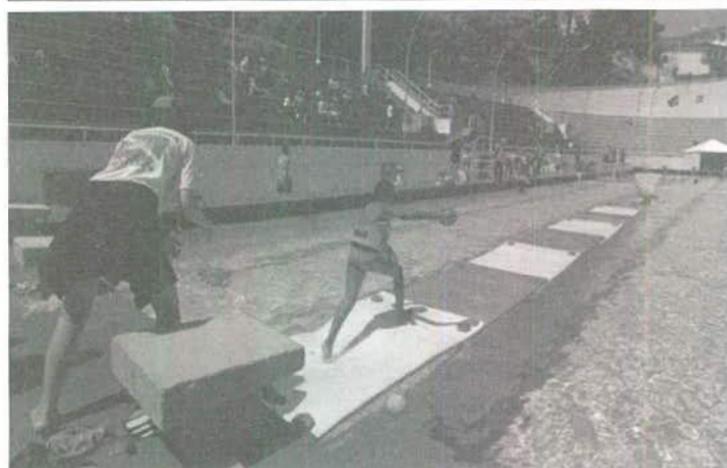




Fonte: Adaptado de Prefeitura de São Paulo (2014). Disponível em: <[http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/esportes/estadio\\_pacaembu/historia](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/esportes/estadio_pacaembu/historia)>.

Outro estádio de futebol no Brasil está tomando direções opostas ao exemplo dado pelo Estádio da Cidadania. O gigante Pacaembu, situado na capital do estado de São Paulo. Também construído no contexto varguista, o equipamento esportivo surgiu na percepção de que o município crescia rapidamente e ficava sem espaços para as atividades ao ar livre, de maneira que a concepção do referido equipamento esportivo aliava-se bem ao controle social pretendido pelo regime de Vargas pretendia, relacionado ao controle da classe trabalhadora (MACHADO; BANCHETTI, 2009).

Figura 4 – O Museu do Futebol e instalações esportivas no Pacaembú



Fonte: Adaptado de Museu do Futebol (2014) e Prefeitura de São Paulo (2014). Disponível em: <<http://museudofutebol.Org.br/exposicao/longa-duracao/4-sala-4/>>.

O estádio municipal atendia tanto o propósito de praça esportiva para a realização dos jogos, tanto as comemorações cívicas, como por exemplo o Dia do Trabalho, realizada também no estádio São Januário no Rio de Janeiro. Atualmente a praça esportiva ainda inclui o caráter poliesportivo e integrador proposto atualmente e gerenciado pelo município, que inclui não somente o espetáculo futebolístico em suas atividades, mas abriga espaços destinados às mais distintas modalidades esportivas, uma estrutura com caráter social, várias atividades gratuitas e ainda abriga o Museu do Futebol.

Em contraponto aos exemplos positivos distintos em determinadas épocas, atualmente há o embate em São Paulo relacionado ao uso pós-Copa do Mundo do Estádio Pacaembú. Os grandes clubes de futebol que disputavam partidas regularmente neste estádio e eram sua principal fonte de receita (BENITES, 2013) e hoje possuem suas próprias arenas multiuso, de maneira que dificilmente abrirão mão da renda para o aluguel do Pacaembú, ameaçando o futuro de um bem público de futuro incerto, que beneficia a população de São Paulo e que conta com fortes indícios de privatização.

Esses equipamentos no Brasil e nas cidades adotadas como referencial, demonstram que é possível reportar proposições teóricas sobre legado social para a utilização propositiva de espaços restritos de uso esportivo específico como também para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas ao esporte. Cabe a sociedade civil questionar qual será o benefício futuro de tais instalações, como no caso das instalações no Rio de Janeiro nos jogos Pan-americanos de 2007, ou mesmo as estruturas construídas para as Olimpíadas de 2016, como também da utilização dos espaços de embate futebolístico em doze cidades brasileiras escolhidas como sede da Copa do Mundo Fifa 2014.

No estudo dos legados positivos e na busca de perspectivas afirmativas dos bens intangíveis, é necessário analisar o uso das estruturas tangíveis e da sua utilização para a prática esportiva

local. Assim como demonstra Truño (1995, p. 4) no fragmento a seguir, na cidade de Barcelona uma significativa porcentagem dos equipamentos foi destinada a utilização pública, “a prioridade foi dada para a atualização das instalações esportivas existentes, com a renovação sendo destinada primariamente para obtenção do uso social posterior (80% das instalações utilizadas foram de propriedade pública)”.

Como afirmam Mascarenhas (*et al.*, 2011), “as parcerias público-privadas tomam forma no discurso, mas não na prática, desta forma verifica-se que o setor público será responsável pela maior parte dos gastos relacionados com os jogos olímpicos de 2016 e a da Copa do Mundo de 2014”. No caso brasileiro onde são concedidos espaços públicos para uso privado, há diferenciação quanto a cidade de Barcelona, onde os espaços privados foram adquiridos para que houvessem espaços públicos na cidade.

De forma contraditória se deu a construção das arenas e de alguns estádios particulares, como é sabido, outras sedes de jogos olímpicos e copas do mundo de futebol, estão e já enfrentaram dificuldades relacionadas a essa dinâmica e também condicionadas ao controle da iniciativa privada e ao abandono das estruturas. O embate em questão é econômico e envolve uma grande quantidade de recursos públicos, haja vista que alguns estádios serão construídos com financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. De acordo com Gonçalves (2013), 97% dos estádios da copa foram construídos com dinheiro público, porém seu uso é privado.

No quesito construtivo, vale salientar que as arenas de Cuiabá, de Manaus e o estádio Mané Garrincha em Brasília foram construídos pelos respectivos governos estaduais. A Arena das Dunas em Natal foi viabilizada através de uma parceria público privada do governo estadual com uma empresa privada. As cidades e a dinâmica do futebol local demarcam o desproporcional uso de recursos financeiros dos times locais em nível comparativo nacional, como também a permanência

desses clubes em divisões inferiores dos campeonatos nacionais, ainda que haja público pagante durante as partidas, mas não o suficiente para que o custo pelo uso das instalações seja pago e que haja lucro para a administração da Arena, como o caso de Natal em que se não tiver a ocupação mínima para que seja viável o espetáculo, o governo do estado arca com o déficit (FIGUEIREDO; ARAÚJO, 2013).

É possível pensar em legado social diante dos mais diversos aspectos ilusórios e segregativos e mais ainda quando se pensa no alto valor do ingresso pago pelo acesso a um estádio, para visionar um espetáculo? É ainda possível nas vertentes sociais e ligando a literatura relacionada à temática, que esses grandes espaços destinados ao evento poderiam realmente incluir socialmente as pessoas que são historicamente excluídas do jogo social. Essas pessoas que estão nos bairros mais distantes, que são de suas moradias destituídas, por um espaço de convivência social das elites pagantes? Vainer (2011 *apud*, MASCARENHAS *et al.*, 2011, p. 9) coloca que “o legado é a socialização dos custos e a privatização dos benefícios o que torna as cidades ainda mais desiguais e injustas”.

A distinção entre vencedores e perdedores é feita por Preuss (2007) para saber quem os são, deve-se observar os apoios financeiros e ideológicos na fase de candidatura, para isso são caracterizados grupos de interessados, os membros do Comitê Olímpico Internacional, membros dos governos locais, políticos das cidades-sede, indústrias empreiteiras locais e regionais, redes de televisão, finalmente, o grupo de pessoas do local que se beneficia das atividades econômicas caracterizam-se como os vencedores dos megaeventos esportivos. Já os perdedores dos megaeventos esportivos são os pobres que veem os espaços públicos serem transformados em espaços privados e sofrem com o deslocamento para outras áreas devido ao enobrecimento das regiões.

## Considerações finais

Ao longo deste artigo, a vinculação da política esportiva nacional ao esporte de ao rendimento foi protagonista junto à promoção dos megaeventos. No entanto, merece destaque que o estado escanteia o contexto social de um país que precisa valorizar a prática esportiva e que poderia se apropriar desse momento em que se realizam os mais importantes eventos esportivos do mundo para uma difusão maciça do esporte para todos, subvalorizado em relação ao esporte espetáculo.

Em relação às estruturas esportivas criadas para os jogos, estas por sua vez são entregues a iniciativa privada, criando uma lacuna para apropriação destes espaços pela população, acarretando em posteriores elefantes brancos, como o caso do velódromo feito para os jogos Pan-Americanos de 2007 na cidade do Rio de Janeiro, que não cumpria as exigências do Comitê Olímpico Internacional para as olimpíadas de 2016.

Os estádios são caracterizados como um espaço de obsolescência programada, onde é necessário convencer as pessoas através da motivação e amor pelo futebol, que é preciso gastar dinheiro, e conseqüentemente enriquecer organismos internacionais, grandes empresários e políticos (GONÇALVES, 2013). Vemos uma reestruturação urbana atrelada à especulação imobiliária, que nega o direito a cidade para os cidadãos, os quais necessitam de espaços públicos para a promoção do esporte e lazer.

Sendo assim, é possível esperar um legado dos megaeventos para a prática esportiva no Brasil? Se tratando de legado, onde são esperados impactos positivos posteriores a realização de grandes eventos, o direcionamento é visualizado nos aspectos de infraestrutura urbana, principalmente nas áreas de construção civil e de prestação de serviços em espaços elitizados do tecido urbano.

Quanto ao legado esportivo de um megaevento, podemos citar que a impossibilidade de acesso ao espetáculo em si, e a construção de infraestruturas não causam não refletem no crescimento da prática esportiva a prática esportiva. Menos ainda o simples acompanhar televisivo já que parte das competições é transmitida pelas televisões pagas, no sistema *pay per view*. Souza e Pappous (2013) corroboram que não existem evidências científicas que relacionem suficientes capazes de correlacionar a realização de megaeventos esportivos com o aumento dos níveis de atividade física da população.

As proposições para os estádios e demais equipamentos, vão desde o direcionamento dos espaços para o uso social como também para a prática esportiva pela população local e demais modalidades esportivas. Para tanto, é necessária uma conscientização para a sociedade que o legado de um megaevento esportivo é muito além de obras de mobilidade urbana e impactos econômicos nas cidades que hospedam estes eventos, de forma que a sociedade civil possa agir de forma articulada pressionando o poder público acerca das estruturas que são implantadas e que podem beneficiar a qualidade de vida deste local através do esporte e inclusão, como o caso de Barcelona e o estádio de Volta Redonda/RJ.

## Referências

- BENITES, Afonso. *Pacaembu, a caminho do ostracismo?*. El País, 2013. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/24/deportes/1390599988\\_073601.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/24/deportes/1390599988_073601.html)>. Acesso em: 14 nov. 2014.
- BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p. (Série Legislação Brasileira).
- BRASIL. Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998. *Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências*. Diário Oficial da União, Brasília, 24 de março de 1998.

BRASIL. Lei nº 10.264, de 16 de julho de 2001. *Acrescenta inciso e parágrafos ao art. 56 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, que institui normas gerais sobre esporte*. Diário Oficial da União, Brasília, 16 de julho de 2001. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legin/fed/lei/2001/lei-10264-16-julho-2001-330448-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 2 set. 2014.

BIENENSTEIN, G.; SANCHEZ, F.; MASCARENHAS, G. The 2016 Olympiad in Rio de Janeiro: who can/could/will beat whom? *Esporte e Sociedade*, ano 7, n. 19, março, 2012. Disponível em: <<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es1905.pdf>>. Acesso em: 7 out. 2014.

BUENO, Luciano. *Políticas públicas do esporte no Brasil: Razões para o predomínio do alto rendimento*. FGV, São Paulo, 2008. Tese de doutorado apresentado à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da FGV. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2493/72040100444.pdf?sequence=2>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

DACOSTA, Lamartine; MIRAGAYA, Ana. Estado da arte do conhecimento sobre legados de megaeventos esportivos no exterior e no Brasil. *Legados de megaeventos esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, p. 33-45, 2008.

FIGUEIREDO, Fábio e ARAUJO, Marcelo. *A Copa do Mundo de 2014 na cidade de Natal/RN e os legados para o futebol potiguar*. Anais do 34º Encontro Anual da ANPOCS. Disponível em: <[http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=8531&Itemid=429](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=8531&Itemid=429)> Acesso em: 14 jul. 2013.

GRATTON, Chris; PREUSS, Holger. Maximizing Olympic impacts by building up legacies. *The International Journal of the History of Sport*, v. 25, n. 14, p. 1922-1938, 2008.

KNUTH, Alan Goularte et al., Prática de atividade física e sedentarismo em brasileiros: resultados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)-2008 Practice of physical activity and sedentarism among Brazilians: results of the National Household Sample Survey-2008. *Ciênc. saúde coletiva*, v. 16, n. 9, p. 3697-3705, 2011.

MACHADO, Felipe Morelli; BANCHETTI, Luciano Deppa. Nas arquibancadas e nas tribunas! O binômio futebol/política na vivência

dos estádios durante o governo Vargas: Pacaembu e São Januário. *Mnemosine*, v. 5, n. 2, 2009.

MASCARENHAS, Gilmar; OLIVEIRA, Leandro Dias de. *Adeus ao proletariado?: A dimensão simbólica do estádio da cidadania* (Volta Redonda-RJ/Brasil). *Revista Digital-Buenos Aires*, v. 11, p. 101, 2006.

MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, G.; SANCHEZ, F. (Org.), *O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades*, Rio de Janeiro: EduERJ, 2011. 302 p.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. *Plano Brasil Medalhas*. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/index.php/institucional/alto-rendimento/plano-brasil-medalhas>>. Acesso em: 10 set. 2014.

OLYMPIC MUSEUM. *Olympic Games - Medal Tables*. Disponível em: <<http://olympic-museum.de/m-stand/mirror2012.htm>>. Acesso em: 21 set. 2014.

PREUSS, H. Aspectos sociais dos megaeventos esportivos. In.: K. Rubio (Org.) *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007.

PRONI, Marcelo Weishaupt e SILVA, Leonardo Oliveira. Impactos da Copa do Mundo 2014: projeções superestimadas. *Instituto de economia UNICAMP*, Campinas, 2012. Disponível em: <<http://www.apublica.org/wp-content/uploads/2012/11/AQUI.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2013.

ROCHE, Maurice. Mega-events and urban policy. *Annals of tourism research*, New York: Pergamon Tress, 1994, v. 21, p. 1-19.

\_\_\_\_\_. *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. New York: Routledge, 2000.

SOUZA, D. L.; PAPPOUS, S. Legados esportivos de megaeventos esportivos: uma revisão da literatura. *Motrivivência*, v.25, n. 41, p. 42-56 dez./2013.

TRUÑO, Enric. Barcelona: city of sport. The Keys to Success (DE MORAGAS M. and BOTELLA M.(eds). *Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, Universitat Autònoma de Barcelona*, Barcelona, 1995.

VAINER, Carlos. 2011. Prefácio. In: *O jogo continua: Megaeventos esportivos e Cidades*. MASCARENHAS, G; BIENENSTEIN, G; SÁNCHEZ, F. Rio de Janeiro: EduERJ, 2011. 302p.

VILLANO, Bernardo *et al.* Seminário “Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos”: Pontos de Convergência. DACOSTA, Lamartine *et al.* *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

## Parte III

# Formas de comunicar em megaeventos esportivos: um olhar sobre a cidade e os afetos

## **Batalhas, harmonia e controle:**

três visões sobre grandes eventos no Rio de Janeiro

*Ricardo Ferreira Freitas*

*Thaís de Argolo Cardoso*

*Nathalia Siciliano da Silva*

### **Introdução**

A interface acadêmica entre a Comunicação Social e a Educação Física tem se mostrado mais consistente a partir do início do século XXI, extrapolando análises convencionais como os estudos das narrativas jornalísticas sobre esportes ou a ideia do corpo-mídia. Atualmente, novas conexões são elaboradas, especialmente inspiradas nas experiências urbanas. Pesquisadores de ambas as áreas, e campos afins, têm conseguido desvendar e desenhar inovadoras perspectivas teóricas que levam em conta aspectos como: saúde, sociabilidade, legados, eventos, turismo, entre tantos outros comuns a essas áreas de conhecimento. Neste artigo, a força que nos une se nutre dos fenômenos dos megaeventos esportivos, acontecimentos midiáticos nos quais o espetáculo se dá em torno dos esportes e do culto à superação da performance atlética.

Neste texto, tratamos de três eventos ocorridos no Brasil em 2013 e 2014: a Copa das Confederações, a Jornada Mundial da Juventude e a Copa do Mundo de Futebol. Incluímos um

evento religioso na análise, pois nosso interesse é entender a repercussão midiática das ideias de conflito e harmonia durante esses acontecimentos na cidade do Rio de Janeiro. Escolhemos como metodologia analisar as matérias dos jornais cariocas “O Globo” e “O Dia”, sem, no entanto, preocupar-nos em desenvolver uma análise do discurso. A intenção é apontar referenciais de reflexão sobre os deslocamentos da imprensa em torno da noção de violência tão associada à imagem da metrópole fluminense. Temos percebido que, após a escolha do Rio de Janeiro como cidade-sede das Olimpíadas, as representações da violência mudaram de configuração, passando a ser mais brandas, e, muitas vezes, deixando de ser abordadas.

Nesse panorama, tratamos os eventos supracitados a partir de três paradigmas diferentes: guerra (ou conflito), harmonia e paz fabricada. A Copa das Confederações surpreendeu o Brasil e o mundo com as manifestações nas ruas conclamadas a partir das redes sociais; o país do futebol cedeu as primeiras páginas dos jornais aos brasileiros que tomaram as ruas. Logo em seguida, a JMJ apresentou outra faceta do povo brasileiro e mais uma representação da cidade do Rio de Janeiro; apesar de mal preparada para o evento e ainda surpresa com as manifestações recém-ocorridas, o clima de cordialidade tomou conta dos diferentes bairros e havia o prazer em receber os peregrinos.

Já na Copa do Mundo de 2014, a impressão que se teve foi de que as autoridades cariocas entregaram a “chave da cidade” à Fifa que, por sua vez, comandou a segurança pública durante o certame, assim como as transmissões televisivas. A cidade passou a ser um produto da entidade. Fernanda Sánchez (2010, p. 15) chama atenção para o surgimento de um “mercado de cidades”, no qual as “cidades-modelo”, como a espanhola Barcelona, ofertam exemplares a serem reproduzidos em outras metrópoles, transformando-as em empresas espetaculares e pressionando seus cidadãos a fazerem parte deste processo. A cidade é, nesse contexto, uma mercadoria posta à venda.

[...] Os atores que buscam ocupar posições hegemônicas na enunciação de discursos e na construção de “modelos” procuram impor determinadas categorias de leitura e de representação do urbano, que, por sua vez, influenciam outros atores, em relações transescalares, na definição de estratégias espaciais e na orientação das ações voltadas à produção da cidade-mercadoria (SÁNCHEZ, 2010, p. 42).

## Branding urbano e megaeventos

Na contemporaneidade, as cidades vivem um ambiente fortemente competitivo, obrigando-as a adotar estratégias de branding à gestão urbana. O branding urbano serve para selecionar e comunicar uma série de atributos que tornam a cidade mais qualificada e mais atraente em relação às demais. Para aplicar essa estratégia às metrópoles, é necessário o desenvolvimento de uma identidade e um posicionamento estratégico que implicam fortalecer dois conceitos fundamentais: a identidade e a imagem da cidade. O branding urbano está muito em voga no início do século XXI, valorizando a revitalização urbana como importante atributo que eleva a cidade à categoria de produto competitivo. Neste artigo, entendemos os megaeventos como uma das mais poderosas estratégias de branding urbano desenvolvidas nas metrópoles contemporâneas. O Brasil é um dos países que mais assimilou essa ideia às suas políticas de comunicação governamental.

Os megaeventos são espaços e momentos de celebração do consumo geralmente em nome dos esportes ou das artes. Além dos fortíssimos investimentos em publicidade e propaganda, uma série de produtos e subprodutos é criada pelo país-sede e pelos participantes. Os corpos são conclamados a portarem camisetas, bonés, chaveiros e inúmeros outros produtos relacionados à festa com suas logomarcas e slogans além de estarem presentes nas redes sociais celebrando a adesão ao evento.

A cidade é ambiente para o consumo e, muitas vezes, seu próprio produto. Nesse sentido, a cidade funciona como

uma plataforma de negócios que congrega especulações imobiliárias, eventos de diferentes portes e naturezas, shopping centers e uma infundável mistura de manifestações do capital tanto no âmbito público como no privado. No Rio de Janeiro, as administrações das últimas duas décadas têm investido nessa estratégia, ocupando a cidade com os mais diversos negócios ligados ao turismo, entretenimento e lazer, onde cada show ou efeméride implica injeção de dinheiro.

Como exemplos, podemos citar o Réveillon de Copacabana e o Carnaval de rua, grandes eventos cariocas apropriados pela Prefeitura, a qual oferece cotas de patrocínio para os subprodutos de cada festa. Ao pensar a cidade como produto ou empresa, as administrações municipal e estadual tentam consolidar o conceito da marca RIO, baseada em um branding que prioriza mais o espetáculo do que as mudanças estruturais favoráveis ao habitante da cidade. O governo federal também contribui para esse processo assimilando a marca RIO como sendo a própria marca BRASIL. A ideia de cidade como espaço de coabitação é reformulado enquanto mercadoria.

Uma série de estratégias publicitárias internacionais, veiculadas em TV aberta e jornais impressos mundo afora, além de campanhas institucionais voltadas para a população brasileira, é desenvolvida sem a participação do povo diretamente implicado. A imprensa é partícipe do processo e assimila esses discursos. Para Debord (1997), o discurso midiático gera o quase real resultado da simulação mediada por imagens que se tornam mais interessantes que o mundo real, sendo a publicidade um estímulo para o consumo de valores, ideias que destoam da realidade, mas que, graças a essa ferramenta, têm adquirido status de verdade. Os discursos da mídia seduzem, fascinam, comovem e influenciam o público e, como fontes de construção, desconstrução e reconstrução da realidade, acabam por apresentar um novo “real”, “fabricam uma nova atmosfera fictícia” (LEGROS, 2007, p. 75).

Os megaeventos têm mobilizado a sociedade brasileira, tanto em relação às mudanças que as cidades estão sofrendo como também em relação a uma nova pauta de negócios que se estabeleceu a partir da primeira década deste século. Os megaeventos funcionam, ao mesmo tempo, como produtos da indústria do lazer e como argumento político (por parte dos governantes, da Fifa e do COI) para uma possível reestruturação das cidades.

No entanto, o que temos visto, são processos de gentrificação que não resolvem os problemas dos cidadãos no cotidiano urbano. No caso do Rio de Janeiro, cidade estudada neste artigo, a imprensa parece ter entrado no sistema de branding da marca BRASIL e da marca RIO ao autenticar os benefícios das mudanças; as estruturas narrativas da imprensa carioca que, até o início do século XXI, valorizavam a violência e a falência dos poderes públicos, mudaram sua sintonia e passaram a celebrar a pacificação e os projetos de nova cidade. No entanto, as manifestações ocorridas durante a Copa das Confederações em 2013 mudaram esse quadro e despertaram o povo brasileiro, conhecido como cordial e resignado com seu destino, que foi às ruas do país demonstrar suas insatisfações.

## **Sobre conflitos e afetos nos megaeventos**

Equipamentos midiáticos diretamente ligados ao ouvido, o barulho das britadeiras, o som das buzinas, as vozes humanas, e toda a parafernália da comunicação humana e tecnológica, contribuem com os significados do dia a dia. Significados repletos de conflitos, dissensos e mal-entendidos, mas em geral cheios de afetos e sentimentos. Simmel assinalou, há mais de cem anos, esses aspectos em sua Teoria do Conflito na qual interpreta o conflito como conteúdo fundamental à organização da sociedade (2004: 355), visto que une na mesma luta os seus opostos, evidenciando a impossibilidade de oposição sem adesão. Uma luta constante pela harmonia, mesmo na discordância.

Mas, será que a harmonia implicaria o tão sonhado equilíbrio? Na música, o acorde, por sua natureza, é um conjunto de frequências, na qual se estrutura a harmonia. O surgimento do acorde veio harmonizar a diversidade de frequências. Neste texto, entendemos o acorde como primo-irmão do afeto. Na vida cotidiana, o conflito é transpassado e contaminado pelo afeto, ou pela relação amor/ódio.

A comunicação urbana (Freitas, 2010a) aporta conhecimentos fundamentais para a compreensão da dinâmica social contemporânea, principalmente se considerarmos que as metrópoles não podem mais ser vistas como um conjunto de efeitos mecânicos do desenvolvimento das indústrias modernas, mas, sim, como espaços de explosões midiáticas comunicacionais de diferentes ordens e dimensões.

Simmel (2004) constata que, na Europa do início do século XX, existe uma correlação entre o crescimento dos tipos e dos tamanhos dos grupos nas metrópoles e o domínio da ação individual. Assim, não é o pertencimento a um grupo de pequeno porte que determina a possibilidade de individualização do cidadão, mas, sim, a individualidade do grupo que produz o grau de adesão de seus componentes. Na contemporaneidade, a comunicação social cria grupos todo o tempo: grupos de leitores de um jornal, de trabalhadores de uma empresa, de consumidores de uma marca, de voluntários em projetos comunitários, de redes sociais, por exemplo. O excesso de grupos, no entanto, intensifica a necessidade de individualização e a exponencialização de dissensos de várias ordens.

Sabemos que o dissenso não é um aspecto negativo da comunicação. Ao contrário, em geral, é ele que alimenta o processo comunicacional e político. O motor da prática democrática traduz-se, também, pelo conflito e sua capacidade de fazer os atores sociais discordarem e mostrarem novos caminhos. Rancière, em “A partilha do sensível” discute a formação da comunidade política com base no encontro discordante das

percepções individuais. A política é essencialmente estética, ou seja, está fundada sobre o mundo sensível, assim como a expressão artística. É o dissenso, o resíduo que fica de uma discussão e que volta a tona, quando não consegue ser acordado, que mantém a chama do assunto (RANCIÈRE, 1996, p. 367).

Sob o ponto de vista midiático, os veículos de comunicação confirmam essa hipótese ao investirem na violência como valor-notícia<sup>1</sup>, utilizando-a como produto. Este é o atributo que estandardiza esse valor-notícia, visto que a violência passou a ser um lugar-comum necessário à imprensa, especialmente no Brasil. Muitas vezes, nas práticas de jornalismo, o conflito não é necessariamente uma forma de se alcançar um novo estágio social, mas, simplesmente, vender a notícia. Vender é mais importante do que transformar o conflito ou o dissenso em uma prática democrática de novos horizontes políticos ou culturais. Nesse sentido, a imprensa desloca seus discursos de acordo com a hora e os interesses momentâneos de sua linha editorial.

É objetivo deste artigo observar os movimentos da grande mídia que levam a uma extrema confusão entre publicidade, propaganda e jornalismo. Simultaneamente, é importante perceber um novo mapa comunicacional no qual incontáveis mídias surgem e se transformam no cotidiano, estabelecendo outras forças urbanas, como as manifestações nas metrópoles brasileiras durante a Copa das Confederações em 2013. Essas outras mídias apoderam-se da opinião pública de acordo com o momento, facilidade de utilização e proposta de formato. O conteúdo é adaptado ao tipo de plataforma comunicacional. Na Copa das Confederações, elas transformaram-se em pauta para

---

1 Utilizamos as noções discutidas entre alguns autores da Teoria do Jornalismo que estabelecem como valor-notícia “Um mapa, código, perspectiva ou esquema que orienta o trabalho do jornalista, que os auxilia no campo do saber de reconhecimento. Esse saber de reconhecimento é a capacidade de identificar quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia” (SILVA, 2005, p. 100).

a grande imprensa, pega de surpresa em um espetáculo cujo protagonista era o futebol. Plataformas como Facebook serviram de meio de comunicação eficaz entre jovens insatisfeitos com os preços dos transportes coletivos. A rede formada articulou diversas manifestações em cidades brasileiras, envolvendo diferentes grupos sociais.

## A imprensa e os megaeventos de 2013 e 2014

Entendemos megaeventos como encontros que repercutem na mídia, despertando o interesse de milhares ou milhões de pessoas. Mais do que a presença física no certame, levamos em conta se o evento teve alcance de público pelos meios de comunicação de massa e pelas redes sociais e se uma parcela importante da sociedade se expressou sobre o assunto (FREITAS; COMPÓS, 2010b). O megaevento é uma plataforma de comunicação, lugar de negócios e também lugar de socialização. A favor ou contra, os megaeventos unem as pessoas. Essa é uma das tensões que nos interessa.

A experiência na Copa das Confederações, na Jornada Mundial da Juventude e na Copa do Mundo nos mostrou que a festa, o conflito e a violência são ingredientes fundamentais às narrativas populares e midiáticas antes, durante e depois dos eventos. Na Copa das Confederações, as manifestações, que já vinham ocorrendo nas metrópoles brasileiras, ganharam um aspecto “mega” atingindo uma internacionalização da mesma ordem que a Primavera Árabe e o Occupy Wall Street. Em todos esses movimentos, a mídia era vista com receio, sendo considerada quase inimiga. Nas passeatas, foi comum ver carros de emissoras de televisão e repórteres sendo atacados pelos manifestantes em claro repúdio ao poder dos conglomerados de comunicação. Nesse sentido, percebemos os veículos de imprensa se deslocarem nos próprios discursos de maneira a encontrar a reverberação desejada junto a suas audiências.

O jornal O Globo, ao longo dos dias, atenuou o tom de denúncia sobre as agressões ao patrimônio público para incorporar a ideia de cidadania e reivindicações legítimas; no entanto, frisou, em todas as matérias, a violência e o vandalismo de cada manifestação. Em 12 de junho, a primeira página apresentava uma manchete intitulada “A marcha da insensatez”. No dia 13, anunciava certa tranquilidade com “Passe livre deve voltar hoje às ruas”. Nos dias seguintes, outras chamadas na primeira página valorizavam a violência: “Confronto se agrava em SP, com mais prisões e feridos” (14/06), No dia 18, outro viés é apresentado: “O Brasil nas ruas”; “A batalha da ALERJ”. Percebe-se um sutil deslocamento da denúncia de violência para uma ideia legítima de revolta e insatisfação. Essa tendência foi reforçada nos dias 19 e 20 com as manchetes “Capitais já baixam tarifas de ônibus; protestos continuam” e “Protestos derrubam aumentos em São Paulo e Rio de Janeiro”. O dia 20 contou com a maior de todas as manifestações, reunindo cerca de um milhão de pessoas na Avenida Presidente Vargas no Rio. Chegou a haver transmissão direta em emissoras de TV aberta e a Cabo com cancelamento das novelas das 18h e das 19h na Rede Globo.

No dia 21, as depredações provocadas nas manifestações do dia anterior revoltaram a imprensa carioca visto terem acontecido após a maior demonstração de união e força dos participantes no Rio; em Brasília os protestos tomaram rumo de violência junto ao Itamaraty, rendendo cenas e fotos impressionantes: “Sem controle – Em noite de novos conflitos, depredações e saques, Itamaraty e Prefeitura do Rio são atacados”. Os dias 22 e 24 concentraram as narrativas sobre interpretações aos pronunciamentos da Presidente da República que apresentou em Rede Nacional, no dia 21, propostas “ouvindo as vozes das ruas”.

Em 22 de junho, a frase do Secretário de Segurança do Estado do Rio de Janeiro sobre a possibilidade de chamar as Forças Armadas é usada em tom quase dramático: “Beltrame: exército pode ser usado”; “procuram-se – as polícias no país têm

tido dificuldade para identificar os vândalos, mas muitos dos que praticaram atos violentos agiram sem esconder o rosto”; ainda nessa primeira página, com a manchete “Movimento Passe Livre sai das ruas”, fornece ao leitor uma associação entre a retirada do Movimento Passe Livre das ruas e a violência de desconhecidos.

Nos últimos dias da Copa das Confederações, a violência continua em pauta, mas também são comentados os grupos que se incluíram nas passeatas em torno de causas mais específicas: “Em BH, 50 mil vão às ruas; “cura gay” vira alvo” (27/06); “Rocinha e Vidigal vão ao Leblon e voltam em paz”, “conflito entre bandidos e Bope, após passeata, mata 9 na Maré –Moradores protestam contra supostos excessos da polícia” (26/06); “Menos protestos, e mais um morto” (28/06).

Nas matérias estudadas, percebemos que o jornal evitou associar a força dos movimentos das ruas à exposição midiática em que a cidade se encontrava devido à Copa das Confederações, tentando impedir a repetição dessa situação em 2014 e 2016, como anunciado pelas redes sociais. A verdade é que as manifestações representam uma grande frustração de lucros nos negócios previstos durante o evento visto que a visibilidade das marcas é substituída pela visibilidade dos protestos. Esse quadro, obviamente, não interessa a toda indústria midiática envolvida no certame.

Desde que o Brasil – e mais especificamente o Rio de Janeiro – foi escolhido para sediar a Copa do Mundo e as Olimpíadas em 2016, a população criou uma expectativa em torno das possíveis melhorias que poderiam acontecer por causa desses megaeventos. Mobilidade urbana, transporte público e segurança, por exemplo, foram três das principais preocupações em pauta para os moradores do Rio. Durante a Copa das Confederações, conforme foi anteriormente abordado, e na Jornada Mundial da Juventude em menor escala,

aconteceram diversas manifestações devido à insatisfação por parte da população, já que não viam essas expectativas serem atendidas.

A partir da coleta de clipping dos jornais O Dia e O Globo realizada durante a JMJ (que aconteceu nos dias 23 a 28 de julho de 2013) e a Copa do Mundo de Futebol (realizada entre os dias 12 de junho e 13 de julho de 2014), foi possível observar assuntos predominantes, tanto em aspectos positivos quanto negativos, sobre a preparação e o andamento desses megaeventos, bem como o funcionamento da cidade em si. Foi percebido que um mês antes do acontecimento da Jornada Mundial da Juventude, os principais pontos positivos destacados por ambos os jornais, estavam ligados à fé e mobilização dos peregrinos diante da vinda do Papa, e de como os preparativos estavam dentro do programado, como por exemplo, foi notícia em 15/06 no jornal O Dia: “Palco fica pronto em três semanas”. Porém, a principal preocupação a um mês do megaevento era com a segurança tanto dos que participariam quanto das comunidades que estavam sendo ocupadas pelas UPPs: “Segurança no Rio volta a preocupar o Vaticano” (20/06 – jornal O Dia).

Durante a realização do evento, o cenário da fé e mobilização dos peregrinos continuava a ter destaque nos jornais: “Alegria e emoção no tour de Francisco” (23/07 – O Globo). Em relação aos pontos negativos, outros problemas foram ressaltados, como por exemplo, as falhas no trânsito e nos transportes públicos – principalmente ônibus e metrô, os mais utilizados –, noticiados pelo jornal O Globo nos dias 23/07 e 24/07 respectivamente: “Papa fica engarrafado no Centro” e “Rio falha no teste de transportes”; os altos preços dos serviços – hotéis, bares, restaurantes, atrações turísticas – como observado em: “Para peregrinos, preço alto é o ‘pecado’ da JMJ” (21/07 – O Dia); e os problemas com a estrutura em Guaratiba, local que deveria receber os peregrinos em um dos momentos mais importantes da vinda do Papa, porém foi transferido para a

praia de Copacabana: “Pé na lama: A três dias do evento, área em Guaratiba está totalmente alagada e ainda passa por últimos ajustes.” (25/07 – O Dia) e “Jornada da desorganização” (26/07 – O Globo). Mesmo retratando esse lado negativo, foi também destacado o sucesso do megaevento na praia, que chegou a até ser comparado ao Réveillon, devido à quantidade de pessoas presentes e ao clima de união entre as mesmas: “Um mar de fiéis em Copacabana: Vigília de oração, com 3 milhões de pessoas, teve o maior público já reunido no Rio” (28/07 – O Globo).

Já em relação à Copa do Mundo, a preocupação maior era com a possibilidade de acontecerem outras manifestações, como no ano anterior durante a Copa das Confederações. Por conta disso, nos jornais predominavam notícias positivas sobre o reforço do policiamento e da preparação para garantir a segurança de todos os envolvidos no evento – incluindo delegação, funcionários, torcedores, entre outros: “Violência preocupa em todas as cidades-sede” (1/06 – O Globo), “Rio tem o maior investimento em segurança da Copa: R\$110 milhões” (11/06 – O Dia) e “Segurança reforçada dentro e fora do campo” (14/06 – O Globo). Além disso, foram ressaltados também a entrega e o bom funcionamento da Transcarioca – um dos meios de transporte que foi prometido pelo governo para melhorar a mobilidade urbana – a tempo da realização da Copa, como foi noticiado no dia 01/06 no jornal O Dia: “Transcarioca abre hoje e será o principal transporte para os turistas na Copa”.

No decorrer desse megaevento, a interação entre turistas e brasileiros foi muito citada (“Para turista, brasileiro é o melhor do Brasil” – 15/06, jornal O Globo), ainda que os jornais mostrassem também certa divisão – em comemorar/participar ou não do evento – entre os próprios brasileiros (“Mundial de futebol é bola dividida entre vizinhos no Rio” – 08/06, jornal O Dia). Essa interação foi além das festas promovidas nas praias da Zona Sul carioca. Os jornais destacaram, também, o interesse dos turistas em conhecer outros pontos da cidade – como as

comunidades pacificadas –, e não somente os pontos turísticos tradicionais.

Ao final do evento, de acordo com os jornais estudados, tanto turistas quanto brasileiros aprovaram a Copa do Mundo e tudo que a ela estava atrelado, de uma forma geral (“Maioria no Rio aprova Copa e está otimista com Olimpíada” – 30/06, jornal O Dia) – mesmo que alguns pontos negativos tenham sido mencionados, como os preços altos (“O Mundial do surreal” – 22/06, jornal O Globo) e certa ausência de atendimento bilíngue. A Transcarioca, que teve um destaque positivo antes do evento, foi novamente elogiada, e a mobilidade urbana – funcionamento dos transportes públicos e trânsito – também foi positivamente destacada (“Mobilidade no Rio é aprovada no primeiro teste” – 16/06, jornal O Globo), ao contrário do que foi percebido na JMJ.

Sob a perspectiva dos jornais utilizados, o Rio de Janeiro, que já era conhecido internacionalmente pela boa recepção aos turistas e por suas belezas naturais, mostrou ao mundo que a promoção de megaeventos e tudo o que isso envolve também pode ser um ponto forte seu. Os pontos negativos foram abordados, pelos dois jornais, como lições a serem aprendidas e aprimoradas pela cidade – que também será sede das Olimpíadas de 2016 – e não somente como falhas por falta de planejamento na realização desses megaeventos.

## **Outras considerações**

As intervenções nas cidades em nome dos megaeventos denunciavam gargalos urbanos tanto em questão de deslocamentos como nas políticas habitacionais. Entretanto, uma diversidade de negócios movimentou a publicidade, o jornalismo, o marketing e as relações públicas, ignorando, na maioria das vezes, as verdadeiras prioridades de cada cidade. As intervenções feitas desde 2009 no Rio de Janeiro para a Copa e as Olimpíadas, por exemplo, não contam com a participação efetiva dos verdadeiros

usuários da cidade. Assim, prepara-se uma cidade-espetáculo que pouco beneficiará o cotidiano bastante conturbado de seus moradores. Em nome de uma nova marca BRASIL, a imprensa tem sido partícipe desse processo, acompanhando muitas vezes as estratégias de publicidade e marketing do entretenimento. Percebemos que alguns slogans dessas festas foram utilizados como argumentos jornalísticos nas matérias do cotidiano, como a expressão “pacificação” (FREITAS; GONÇALVES, 2012).

Neste artigo, utilizamos três comoções coletivas para exemplificar a complexidade do atual panorama: as manifestações contrárias à Copa de 2014 ocorridas nas cidades brasileiras durante a Copa das Confederações de 2013, os ajuntamentos em torno do Papa Francisco durante a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) e a realização com sucesso relativo da Copa de 2014. Nas duas primeiras situações, ficou clara a fragilidade da organização da cidade do Rio de Janeiro para sediar megaeventos, estabelecendo, assim, uma mão contrária ao que vinha sendo elaborado pela imprensa nos últimos anos.

Subitamente, o discurso de cidade pacificada, construído desde a eleição do Rio para sediar a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, se transformou em imagens de discordância popular, violência e desorganização. Os últimos dias da JMJ, por exemplo, comprovaram o que o povo já sabia: o local escolhido em Guaratiba para receber os peregrinos nos momentos mais importantes da visita do Papa era um lamaçal improvisado, sem condições de uso, bem a exemplo do que tem sido as políticas públicas de habitação e urbanismo no nosso país. Já na Copa de 2014, o planejamento das autoridades públicas funcionou e os problemas das cidades-sede ficaram em segundo plano.

Semanas antes da JMJ, o mês de junho de 2013 apresentou ao mundo a retomada pelos jovens das ruas das metrópoles brasileiras, nas diversas manifestações que aconteceram em todo o país, com destaque para as cidades que sediaram os Jogos da Copa das Confederações, como Brasília, Belo Horizonte,

Fortaleza e Rio de Janeiro. Os transportes precários constituíram a bandeira fundamental, mas também foram valorizadas outras reivindicações, como melhorias urgentes na educação e na saúde, além de igualdade de direitos entre os cidadãos. Em São Paulo, lideradas pelo Movimento do Passe Livre, aconteceram as manifestações pioneiras apesar de a cidade não haver sediado jogos na Copa das Confederações 2013. Em todas essas situações, os manifestantes se articularam especialmente por meio das redes sociais. À imprensa coube a cobertura e não a pauta.

Entendemos os megaeventos como campo potencialmente produtivo de estudos sobre as representações midiáticas do cotidiano urbano. A Copa de 2014 é um importante ponto de apoio para esse debate já que não aconteceram manifestações populares de grande vulto durante o megaevento. A comunicação política e governamental parece ter surtido mais efeito na Copa do Mundo de 2014. É bem verdade que o aparato de segurança do Estado foi exponencialmente maior do que na Copa das Confederações de 2013. É importante, entretanto, percebermos que, nos três megaeventos estudados, a ideia de legado implica duas compreensões bastante paradoxais: para o povo, significa desperdício de dinheiro na maioria das obras; e, para as autoridades, significa colocar o Rio de Janeiro no mundo internacional de negócios vinculados ao conceito de cidade-mercadoria.

## Referências

- BENJAMIN, Walter. *Oeuvres III*. Paris: Gallimard, 2000.
- BOURDIN, Alain. *La métropole des individus*. L'aube: Quetigny, 2005.
- DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris, Gallimard, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Commentaires sur la société du spectacle*. Paris, Gallimard, 1992a.
- FREITAS, Ricardo Ferreira. *Simmel e a cidade moderna: uma contribuição aos estudos da comunicação e do consumo*. Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo), v. 4, n. 10, p. 41-54, 2007.

..... *Centres commerciaux: îles urbaines de la postmodernité.* Paris, L'Harmattan, 1996.

..... *Enciclopédia INTERCOM de comunicação – Comunicação urbana.* São Paulo: INTERCOM, 2010a (Verbetes). p. 2.

..... *Folia, mediações e megaeventos:* breve estudo sobre as representações do carnaval 2010 nos jornais cariocas. In: 19 Encontro Anual COMPÓS, 2010, Rio de Janeiro. Anais 19 Encontro Anual COMPÓS. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010. v. 1. p. 1-12.

..... *Rio de Janeiro, lugar de eventos:* das exposições do início do século XX aos megaeventos contemporâneos. In: 20 COMPÓS 2011, 2011, Porto Alegre. Anais do 20 Compós 2011. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

..... *Au nom de la violence: une étude sur les représentations du journal "O Globo" sur les manifestations des étudiants français en 2006.* In: Colloque "Les émeutes urbaines de fin 2005", 2006, Paris. "Les émeutes urbaines de fin 2005" – les leçons à tirer. Paris: CEAQ - Sorbonne, 2006. v. 1. p. 53-61.

FREITAS, Ricardo Ferreira; GONÇALVES, Kátia Pires. *Rio de reinvenções: a mídia e as representações da favela pacificada.* In: FERNANDES, Cíntia; MAIA, João; HERSCHMANN, Micael (Org.). *Comunicações e territorialidades: Rio de Janeiro em cena.* Guararema: Anadarco, 2012.

HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil.* São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LEGROS, Patrick et. alli. *Sociologia do Imaginário.* Porto Alegre: Sulina, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências.* Petrópolis: Vozes, 1996.

..... *A transfiguração do político.* Porto Alegre: Sulina, 1997.

..... *A parte do diabo:* resumo da subversão pós-moderna. Rio de Janeiro: Record, 2004b.

..... *O ritmo da vida:* variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

..... *Le réenchantement du monde – une éthique pour notre temps.* Paris: La Table Ronde, 2007.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível*. São Paulo: Editora 34, 2009.

SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades, para um mercado mundial*. Chapecó, Argos, 2010.

SILVA, Gislene. *Para pensar critérios de noticiabilidade*. Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC), Florianópolis – SC, v. 2, n.1, p. 95-107, 2005.

SIMMEL, Georg. *Secret etsociétéssecrètes*. Estrasburgo: Circé, 1991.

\_\_\_\_\_. *Philosophie de lamodernité*. Paris: Payot, 2004.

\_\_\_\_\_. *Le conflit*. Paris, Circé, 1992.

\_\_\_\_\_. *Sociologie et épistémologie*. Paris: PUF, 1981.

VANDENBERGHE, Frédéric. *La sociologie de Georg Simmel*. Paris: La Découverte, 2001.

WATIER, Patrick. *Georg Simmel – sociologue*. Belval: Circé/Poche, 2003.

WEBER, Max. *La ville*. Paris: Aubier Montaigne, 1982.

# Repercussões midiáticas e memória social:

resíduos urbanos do megaevento esportivo  
Copa do Mundo 2014 em Natal

*Josimey Costa da Silva*

## Introdução

O megaevento esportivo Copa do Mundo 2014 oferece várias entradas para uma abordagem analítica. Neste artigo, a escolha recai sobre a análise dos acontecimentos relacionados a esse megaevento pelo viés da comunicação urbana com a utilização de uma perspectiva pouco recorrente: os resíduos deixados pelo evento nas superfícies que se prestam à comunicação pública na cidade. Esses resíduos são capazes de ocultar ou fazer emergir fragmentos de uma memória social, que é um fator de fundamental importância para a construção da realidade social e das singularidades, que somos nós mesmos, os seus habitantes ou os seus visitantes. O megaevento surge, nessa perspectiva, como um acontecimento, enquanto que a memória social é percebida como sendo um campo organizado principalmente pelos meios de comunicação de massas, com implicações para as memórias individuais, que não podem se constituir efetivamente sem a estruturação fornecida pelas formações sociais.

As repercussões da Copa do Mundo de 2014 em Natal são, inegavelmente, um fenômeno midiático de massas, embora

não só isso. Essas repercussões, como eventos divulgados pelos próprios meios da comunicação técnica comercial massiva, são desdobramentos amplificados dos acontecimentos; é, portanto, a própria mídia que é a origem da maioria das repercussões. Essa amplificação e, por vezes, desvirtuação de características dos acontecimentos originais, ocorrem em razão de estratégias próprias dos meios de comunicação, os quais têm imbricações econômicas, políticas, culturais e subjetivas como resultante de interesses e valores de outros campos sociais. Ao mesmo tempo em que refletem esses interesses e valores, os meios de comunicação atuam também sobre todos esses campos como organizadores, sincronizadores e portadores de uma autonomia que, conforme categoriza Luhmann (2005), os configura como um sistema de função, ou seja, como ordenador do funcionamento dos demais sistemas da sociedade.

Esta reflexão pretende seguir as pistas deixadas pelo megaevento Copa do Mundo 2014 em Natal no tecido comunicativo urbano, de modo a compreender as relações entre imagens da mídia e expressões materiais desse acontecimento, que produz memórias coletivas, as quais irão ordenar também e em certa medida as memórias individuais. Tais memórias são um fundamento para modos de ser, habitar e circular pela cidade. Esses modos, que nunca se apresentam como homogêneos e congruentes em si mesmos, são paradoxais, assim como a própria comunicação interpessoal o é, assim como as interações verbais são. Esse processo paradoxal também emerge de alguma maneira nas expressões da comunicação urbana, que ora subverte e ora se submete às estratégias da comunicação do consumo de massas.

## O urbano

A cidade do cotidiano dos seus habitantes e visitantes é uma cidade comunicativa, em que suas edificações, ruas, praças, espaços ocupados ou vazios significam tempos, lugares e

acontecimentos, de modo concomitante e superposto aos sinais de trânsito, placas de sinalização, letreiros, cartazes, pessoas e comportamentos nos espaços públicos. A cidade e o indivíduo nela estão em permanente fluxo e em constante transformação. A comunicação urbana é o produto dessa incessante emissão de sinais significantes, de símbolos que remetem a outros tempos, outros locais e outras pessoas.

Para o que interesse a esta análise, a comunicação vai além da sinalização e da mera troca de informação. Na cidade, esta se constitui em acontecimento quando faz diferir o lembrar ou o agir nesse território empático, que é o urbano, capaz de fixar os mesmos seres que se movimentam juntamente com seus fluxos de carros, modas, construções e reconstruções, eventos e esquecimentos. A cidade é um lugar de relações sociais e de interacionismo simbólico.

Também para Calvino, a cidade é feita “das relações entre as medidas de seu espaço e os acontecimentos do passado [...] Os olhos não veem coisas, mas figuras de coisas que significam outras coisas” (1990, p. 14-17). Assim, a paisagem urbana materializada nas ruas é constituída de permanência e efemeridade, em que imagens, objetos, acontecimentos, mensagens e pessoas formam fluxos difíceis de captar em seu movimento fugidio, mas passíveis de perceber se adotado como pressuposto de pesquisa uma postura ensaística como reflexo de um estado cognitivo aberto (MORIN, 1999; FEYRABEND, 2006) a uma infinidade de dados sobre uma realidade em mutação e ao manejo de ideias em estado de latência, em que o rigor do pensamento não elimina o espanto, a dúvida e a incerteza oriundos da imprecisão e da transmigração.

Dessa maneira, as ruas de Natal são tema de análise privilegiado, ferramentas meta-ensaísticas que permitem pensar o mundo através deles. A pesquisa assim formatada trata esses objetos como mediadores de uma forma de estar no mundo, bem como de narrar esse mundo por meio do olhar do pesquisador.

Esse mesmo fluxo está presente em um ambiente não concreto, mas virtual e revelador dos mesmos ecos de eventos, em maior quantidade ainda, mas em estado de latência, só visíveis se acionados pela busca ativa: a internet. O plano do concreto e o plano do virtual se conectam por meio das memórias sociais e permitem reconhecer em um a representação de um mesmo fenômeno já conhecido no outro. Os objetos das ruas do tecido urbano têm correspondências com os meta-objetos ou símbolos encontrados nas vias do mundo virtual.

Uma forma de aproximação a esses objetos-tema nomeados em seu conjunto como “ruas” é o do olhar do *flâneur* benjaminiano (BENJAMIN, 1989), que passeia pela cidade e pela internet e absorve sua transitoriedade, mas também observa suas permanências, suas camadas de história e significados superpostos. A tentativa é de reconhecimento de intertextos capazes de demonstrar as ressignificações culturais alicerçadas em práticas do consumo de bens e de exposição de si, configurando modos de relação social em cenário urbano que se constitui na comunicação de pessoas com as coisas e umas com as outras.

O objeto empírico é Natal, mas o objeto epistemológico é a mediação que as trocas simbólicas representam na estruturação da vida urbana a partir das imagens produzidas ali e percebidas como apropriação do bairro. O espaço surge, assim, como um corpo coletivo. Como atribuir sentido às imagens híbridas das ruas de uma cidade, que se faz produto e produtora de um imaginário que se torna simbólico? Como perceber a cidade e os acontecimentos nos símbolos em formas digitais da internet? Para isso, é preciso captar o que escapa dos regimes de visibilização e os mecanismos por meio dos quais os objetos que constituem o cenário urbano e os símbolos criados profissionalmente para um megaevento tornam-se próprios de quem lida com eles cotidianamente no espaço público, eliminando a

separação entre as pessoas e as coisas, conforme o pensamento de Heidegger (1987).

## O acontecimento

Um acontecimento é “o campo de uma multiplicidade indefinida de possíveis, aberto a um mundo de eventos aleatórios, de que se recortam não os mais econômicos e óbvios, mas os mais interessantes para as jogadas que o presente abre” (RODRIGUES, 2001, p. 19). Dessa maneira, o megaevento Copa do Mundo 2014 em Natal foi tratado pelos meios de comunicação de massas e pelas empresas de design gráfico, publicidade e propaganda. Criaram-se símbolos, estruturas arquitetônicas, mensagens publicitárias, imagens fotográficas e digitais, espaços proibidos e espaços ocupados em função desse acontecimento. E o que restou disso tudo hoje?

Figura 1 – Charge de Ivan Cabral mostrando o Morro do Careca, em Ponta Negra, Natal/RN



<http://nobalacobaco.blogspot.com.br/2011/10/sao-paulo-vai-abrir-copa-de-2014>.

Para se buscar os significados do que existe como resíduo do megaevento Natal, faz-se necessário observar a comunicação urbana considerando a cidade contemporânea e a comunicação midiática como produtoras e produtos da cultura urbana. Interessam os signos da cidade, superpovoada e de vida universal, lugar privilegiado da modernidade, e os meios da comunicação de massas e suas repercussões sociais, incluindo o papel que esses meios desempenham na formação e manutenção do tecido social urbano.

A cidade é vista neste deambular metodológico como um composto de ruas que apresentam uma densidade de significados capaz de expressar, ocultando, aquilo que o olhar vislumbra, mas não apreende com facilidade, o invisível que surge como suporte do visível. As ruas são a *anima* de Natal, lugar de pertencimento e demarcação de alteridade, com sua circulação de pessoas, mercadorias e mensagens<sup>1</sup>. A pesquisa realizada para este artigo ocorreu na semana entre 17 e 21/12/2014 constituiu-se primordialmente de observação etnográfica, efetuada como deambulação pelas ruas principais onde estavam anteriormente afixados os símbolos da Copa do Mundo 2014 ou em locais próximos aos eventos relativos aos jogos ou festas, com especial atenção para as ruas de maior fluxo de pessoas e dispositivos comunicacionais<sup>2</sup>. Estas locações foram objeto do registro fotográfico de elementos significantes para a abordagem da cidade e do megaevento como fenômeno comunicacional a partir das suas trocas simbólicas. Como resultado, a observação permitiu conceber Natal como lugar conectivo de fluxos materiais e simbólicos, de objetivações e compressões espaçotemporais urbanas, bem como de comunicações entre estratos sociais e práticas políticas de repercussão midiática ampla.

---

1     Formulação apoiada na perspectiva de Lévi-Strauss (2012).

2     Rua Romualdo Galvão e Avenidas Prudente de Moraes, Salgado Filho, Hermes da Fonseca, Pres. Café Filho, Praia do Forte e Avenida 25 de dezembro.

Na internet, em várias versões mais antigas dos sítios pesquisados<sup>3</sup>, existem ainda um alto número de imagens referentes ao megaevento, mostrando símbolos publicitários, monumentos arquitetônicos como o estádio Arena das Dunas ou os viadutos do entorno da Arena, escudos, logomarcas, cartazes e fotos de jogos e festas do Fifa Fan Fest<sup>4</sup>. Nas ruas da cidade, a expressão material é escassa, mas os resíduos persistem.

## As memórias

A história registrada e acessível é o resultado de um conjunto de lembranças (CONNERTON, 1993, p. 7), de memórias. Para que assim se configurem, devem ser acionadas por experiências diretas ou pela representação das experiências de outrem que faça sentido para quem a memória será formada. A memória é coletiva, ou seja, de todos quando passível de ressignificação individual. E não há vida real, vivida, sem a transrealidade do sonho, não há história sem o imaginário (LE GOFF, 1994, p.

3 Sites ou sítios da internet pesquisados por meio do Google Images: <http://blogarcosta.blogspot.com.br/2010/12/copa-em-natal-2014-prazo-prorrogado.html>; <http://direitoamoradia.org/?p=4378&lang=pt>; <http://www.secopa.rn.gov.br/>; <http://blogdoeuripedesdias.blogspot.com.br/2012/11/confira-o-poster-oficial-de-natal.html>; <http://www.wsantacruz.com.br/page/100>; <http://nobalacobaco.blogspot.com.br/2011/10/sao-paulo-vai-abrir-copa-de-2014>; <http://naoacredito.blog.br/copa-2014-placas-engracadas-de-erros-de-traducao>; <http://tarauacanoticias.blogspot.com.br/2013/01/dez-dos-doze-estadios-da-copa-2014.html>; <http://rnblogprog.org/2012/03/13/a-copa-das-falacias>; [http://www.cartapotiguar.com.br/2012/03/12/a-copa-das-falacias/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+CartaPotiguar+%28Carta+Potiguar%29](http://www.cartapotiguar.com.br/2012/03/12/a-copa-das-falacias/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+CartaPotiguar+%28Carta+Potiguar%29); <http://blogs.portalnoar.com/turismoanoar/implantada-acoes-sustentaveis-para-a-copa>; [http://en.m.wikipedia.org/wiki/Arena\\_das\\_Dunas](http://en.m.wikipedia.org/wiki/Arena_das_Dunas); <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/25665-estadios-da-copia-via-satelite>. Consulta feita em 16 e 17/11/2004.

4 Espaço organizado pela Fifa – Fédération Internationale de Football Association em cada cidade-sede dos jogos da Copa do Mundo 2014 no Brasil com telão de TV, shows e equipamentos de lazer e alimentação.

17), que é composto tanto das fantasias quanto do cabedal de imagens que forma a vida social e individual.

Foucault critica a obsessão pelas origens na tentativa de construção de uma história global, linear e cronológica. A busca de um princípio único, de uma significação comum a todos os fenômenos de um período, deriva da concepção de que é possível estabelecer, entre esses fenômenos, uma relação linear de causalidade. Ao contrário, o que existe é o espaço de uma dispersão, o deslocamento do descontínuo (FOUCAULT, 1987, p. 10-12). A descoberta de um princípio gerador único é também descartada por Paul Connerton, quando este assinala que “todos os inícios contêm um elemento de recordação [...] o que é totalmente novo é inconcebível” (CONNERTON, 1993, p. 7).

Os meios da comunicação social transformam o descontínuo numa estratégia de acionamento do social, descontextualizando fatos e isolando-os da sua conexão com outros de mesma natureza ou com um suceder de eventos com relação causal. Ao mesmo tempo, transformam essa descontinuidade num tecido que interliga os alvos da comunicação – o público de massas – numa recorrência temática e estetizante que forma um imaginário característico da comunicação midiática. Um ambiente comunicacional é criado e, em sua natureza de sistema de função, os meios interligam os demais sistemas por meio desse ambiente.

Esse deslocamento do descontínuo, em que as causas se sobrepõem aos efeitos e vice-versa, é passível de percepção, mas com base num contrato – o mesmo contrato que constrói símbolos. É esse contrato que torna possível, a partir da ritmicidade, a atribuição de sentido ao tempo, visto aqui como um sistema simbólico complexo. Os símbolos, como construções sociais, têm maior longevidade que os homens, e oferecem as dimensões prospectiva (futuro) e retrospectiva (passado) do tempo. Desse modo, a articulação do presente aparece como uma tradução, que é a forma característica de percepção dos símbolos, e “o que se vive e percebe agora altera semioticamente

a história passada e as expectativas futuras” (BAITELLO JR., 1997, p. 77- 108).

A percepção do que há por trás das imagens e do contexto em que foram formadas embasa a reconstituição histórica mais profunda, como o demonstra Jacques Le Goff, ao exercitar a interpretação do real através da imagem compreendida enquanto ícone. Para ele, tudo o que está na vida dos homens e na sociedade está também na história: “estudar o imaginário de uma sociedade é ir ao fundo de sua consciência e da sua evolução histórica” (LE GOFF, 1994, p. 17). O passado, não se sujeitando a periodizações, embora possa apresentar fases referenciais, revela-se pelas imagens o quanto é o presente.

Sontag e Deleuze concordam com essa perspectiva. Para Sontag, “quanto mais atrás buscamos na história, [...] menos evidente é a distinção entre imagem e realidade” (1981, p. 149). Deleuze descobre, na imagem, um tempo que é a coexistência de todos os níveis de duração; daí, que “[...] o imaginário não se ultrapassa em direção a um significante, mas em direção a uma apresentação do tempo puro” (1992, p. 85).

Contendo, em si, o tempo, Natal, como as cidades de Italo Calvino (1990, p. 23-31), permanece na memória. Isso, apesar de não apresentar nenhuma grande particularidade contemporânea, excetuando-se a beleza natural de suas dunas, como a própria literatura local atesta. É o olhar que a percorre que descobre sua singularidade e é a memória que repete os símbolos que a fazem existir. O passado remoto, que faz de Natal o que ela é, muda de acordo com o itinerário do olhar, de modo que a cidade é uma sucessão no tempo de cidades diferentes. Mas o futuro também perfaz esse movimento: todas as futuras *Natais*, como as *Berenices* de Calvino, “já estão presentes neste instante; contidas uma dentro da outra, apertadas, espremidas, inseparáveis” (1990, p. 147).

As sociedades são comunidades que se auto interpretam, e uma das mais fortes auto interpretações são as imagens que

essas sociedades criam e preservam de si mesmas. Nessa direção, Alessandro Portelli sugere que a memória só se torna coletiva no mito, no folclore e por delegação; ela só é coletiva com a mediação das ideologias, da linguagem e das instituições. Nesse caso, há uma memória dividida (a dos indivíduos, pois só esses podem recordar) rejeitada pelo controle social (PORTELLI, 1996, p. 127). Esse controle social da memória se estabelece na medida em que o interesse do grupo e sua capacidade de evocação das memórias é que as conjugam no indivíduo. Este, por seu turno, situa o que recorda nos espaços mentais fornecidos pelo grupo. Assim, nenhuma memória coletiva poderia existir sem que se refira a um quadro espacial socialmente específico. A memória individual separada da social é abstração quase sem sentido.

A memória social, de fato, é onipresente na conduta da vida cotidiana, e está inserida, tanto quanto o contamina, no imaginário. É este que dá materialidade à memória coletiva, ao refletir, transformando, as relações que o homem estabeleceu com o espaço e o tempo.

## Os resíduos

Resíduos são restos, traços de algo que aconteceu e que significam, remetendo ao acontecimento original. Na cidade, que “inventa a agricultura” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 188-189), o espaço é estriado, sulcado; as ruas são camadas de sedimentos deixados pelo que aconteceu, pelo que repercutiu, em combinação coma lisura do asfalto e das paredes de concreto. Nômades e sedentários, os seus habitantes se convertem de um para o outro incessantemente, deixando entre si mesmos restos de metal e tecido, abandonando resíduos sîgnicos que nunca desaparecem totalmente. Os símbolos vivem para sempre.

Figura 2 – Placa de sinalização da direção para a Fifa Fan Fest na av. Hermes da Fonseca, próximo ao cruzamento com a rua Joaquim Fabrício, em Petrópolis, Natal. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

Figura 3 – Espaço onde estava sediada a Fifa Fan Fest na Praia do Forte, terreno pertencente ao Exército em Natal. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

A cidade permite um percurso nômade mesmo em seus espaços lisos, desertos, mesmo nesses, a cidade vomite “um patchwork, diferenciais de velocidades, retardos e acelerações, mudanças de orientação, variações contínuas” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 189).

Figura 4 – Residência na av. 25 de Dezembro, Praia do Meio em Natal. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

Figura 5 – Detalhe da Taça da Copa do Mundo 2014 em residência na av. 25 de Dezembro, Praia do Meio em Natal. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

A copa, já passado no noticiário dos jornais e apenas uma sombra nas imagens que a internet eterniza, aparece nas placas de sinalização de Natal, nas fachadas de casa e no espaço vazio do que um dia concentrou uma multidão em festa. Eco (1999), em plena era de Internet e de overdose da informação, ensaia uma reflexão sobre a memória e o esquecimento. Ele argumenta que a memória social é hoje prerrogativa das mídias de massa. Assim como ocorre na cidade, esse é um espaço de superposições e alternâncias, e também da repetição e do retorno do mesmo. O mimetismo, condição do aprendizado social (GEBAUER; WULF, 2004), é coordenado pela memória do visto e incorporado, num processo que atualmente tem sincronização social midiática.

As memórias compartilhadas coletivamente compõem a memória pública. A memória é negociação ou luta política sobre o que será lembrado e o que não será. A comunicação é uma forma de organização. Se assim é, o que esses restos agenciam nas memórias individuais e o que fazem esquecer? O que está ausente das notícias, mas ecoa nas num modo de autorrepresentação de Natal como cidade por meio da expressão dos seus habitantes em seu próprio território ou nas remissões que os visitantes fazem ao se referir a Natal?

Figura 6 – Bar Aquarius, na av. Pres. Café Filho, orla urbana de Natal. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

Figura 7 – Detalhe da fachada do bar Aquarius, com bandeira do Brasil estilizada e esfarrapada. Novembro/2014



Foto: Josimey Costa da Silva.

Na realidade social, os meios de comunicação têm função de “estabilizar a relação entre redundância e variedade na cultura cotidiana” (LUHMANN, 2005, p. 91). Segundo Luhmann, os meios de comunicação, como um sistema, produzem e reproduzem um conhecimento de mundo por meio de temas moralizadores: “a publicidade espalha sua comunicação necessariamente sobre tantos objetos e sobre tantos receptores, que cada um acaba tendo a impressão de que há algo mais bonito e melhor do que aquilo que ele poderia conseguir por si mesmo” (2005, p. 135).

Assim é que Natal, após o megaevento Copa do Mundo 2014, permanece, como qualquer cidade, sendo um arcabouço sógnico, em que códigos significantes se acumulam em sedimentos visíveis ou invisíveis e, nem por isso, menos estruturantes de um modo de ser e de circular caracterizadamente urbano e especificamente natalense, a um só tempo, particular e universal. As práticas de consumo coletivizadas expressam conformação

aos padrões e temas oriundos da mídia, mas também refletem conflitos e convergências advindos de outras mediações.

Na leitura da cidade a partir do espaço físico social, foi possível perceber tanto a ocupação como o esvaziamento de espaços urbanos como resultados de um agir político atrelado a interesses econômicos – e nesse agir está o espaço do Fifa Fan Fest. Uma demonstração de poder subsumido a interesses externos a cidade ocupou o espaço, que está vazio agora, como esteve por muito tempo, também atendendo a interesses, desta vez internos (Exército, políticas públicas elitistas). Portanto, as razões da ocupação ou da não ocupação não se dão por motivos puramente econômicos ou racionais; se dão, sobretudo, se dá no campo dos valores.

O que é urbano que só faz sentido se apropriado e a análise de contexto que permite compreender essa apropriação faz parte da pesquisa social, dentro da qual a pesquisa da comunicação urbana se insere. Nessa perspectiva, uma cidade como Natal é tanto produto e resultado de modelos internacionalizados como expressão de práticas mais tradicionalmente arraigadas. Considero impossível totalizar a realidade urbana, que é complexa, imensa e em constante transformação, mas é preciso ver o espaço também como forma, função e estrutura, conceitos que formam um conjunto que não podem ser separados e nem isolados dos processos que são sua dimensão social-histórica. Algumas estão aqui e, se não expressam a totalidade da cidade, são partículas da realidade que contribuem para a formação do tecido social que estrutura a vida nela.

## Referências

- BAITELLO JR., Norval. *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume, 1997.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas III: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

\_\_\_\_\_. *A metrópole comunicacional*. Revista USP, São Paulo, n. 63, p. 110-125, setembro/novembro de 2004. São Paulo: Superintendência de Comunicação da Universidade do Estado de São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/63/09-massino.pdf>>.

CALVINO, Italo. *As cidades invisíveis*. Tradução Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASSIRER, Ernst. *Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana*. Tradução de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Martins Fones, 1994. – (Coleção Tópicos).

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CONNERTON, Paul. *Como as sociedades recordam*. Portugal: Celta, 1993.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Tradução: Peter Pal Pelbart. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

\_\_\_\_\_; GUATTARI, Felix. *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia*. v. 5. Tradução de Peter Pál Pebart e Janice Caiafa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997. (Coleção TRANS).

FEYRABEND, Paul *A conquista da abundância*. Bert Terpstra (Org.). São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução: Salma Tannus Muchail. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992. (Coleção Ensino Superior).

\_\_\_\_\_. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Editora Forense-Universitária, 1987.

GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. *A mimese da cultura*. São Paulo: Annablume, 2004.

HEIDEGGER, Martin. *Todos nós... ninguém: um enfoque fenomenológico do social*. Apresentação, introdução, notas e epílogo Solon Spanoudis. Tradução e comentários Dulce Mara Critelli. São Paulo: Moraes, 1981.

\_\_\_\_\_. *Que é uma coisa?* Tradução: Carlos Morujão. Biblioteca de Filosofia contemporânea, Lisboa: Edições 70, 1987.

- LE GOFF, Jacques. *O imaginário medieval*. Portugal: Editorial Estampa, 1994.
- LENOIR, Frédéric, TONNAC, Jean-Philippe; e DAVID, Catherine. *Entrevistas sobre o fim dos tempos – Umberto Eco, Jean-Claude Carrière, Jean Delumeau e Stephen Jay Gould*. Tradução: José Laurenio de Melo. Rocco, 1999.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *As estruturas elementares do parentesco*. Tradução Mariano Ferreira. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. (Coleção Antropologia).
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia estrutural*. Tradução Chaim Samuel Katz e Eginardo Pires. Tempo brasileiro, 1996 (Biblioteca Tempo Universitário).
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005. (Comunicação).
- MORIN, Edgar. *O método 4: as ideias, Habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina, 1998.
- \_\_\_\_\_. *O método 3: o conhecimento do conhecimento*. Porto Alegre: Sulina, 1999.
- PORTELLI, Alessandro. *O massacre de Civitella Val di Chiana (Toscana, 29 de junho de 1944): mito e política, luto e senso comum*. In: *Usos & abusos da história oral*, Ferreira & Amado (Org.), Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2001.
- SONTAG, Susan. *Ensaio sobre a fotografia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

## O amor nos tempos de Copa do Mundo: *fanfictions* com jogadores da seleção brasileira

Kênia Maia

Maria Clara Bezerra

A Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil, atraiu a atenção de milhares de pessoas que foram aos estádios assistir aos 64 jogos e de milhões de pessoas dos quatro cantos do mundo que acompanharam as transmissões das partidas. No Brasil, a Copa do Mundo fez parte do cotidiano dos brasileiros, mesmo nas cidades que não sediaram a competição. Megaevento esportivo, ela ocupou espaço na mídia jornalística esportiva, mas também na mídia não especializada.

Além dos espaços midiáticos tradicionais, como o jornalismo, a Copa esteve presente em redes sociais. E também na ficção. A partir da constatação de que os jogadores de futebol se tornaram celebridade, que são objeto de culto e que possuem fãs, nos propusemos a analisar como eles são tratados e retratados em histórias de *fanfictions*. Para tanto, examinamos as *fanfictions* nas quais os jogadores da Seleção Brasileira que participaram da Copa do Mundo de 2014 são personagens centrais publicadas numa rede social de fãs, a *Social Spirit*.

*Fanfictions* são histórias contadas por fãs (VARGAS, 2005) de um autor, de uma obra literária ou midiática (novela, filme,

série), de uma personagem ou de uma celebridade. Também chamadas de *fanfics* ou *fics*, elas são derivadas de livros, jogos, séries, filmes ou personalidades reais. As narrativas criadas nas *fanfics* podem tanto prolongar a experiência do universo ficcional original, como apontar outros pontos de vista ao texto canônico, modificando as trajetórias ou as características principais dos personagens, por exemplo. A *fanfiction* também pode ser uma narrativa ficcional envolvendo personagens reais que vivem situação imaginadas pelos autores da *fanfiction*.

Segundo Vargas (2005), os autores de *fanfictions* desenvolvem laços afetivos com o objeto que cultuam (o texto original ou a personalidade transformada em personagem). A palavra *fã* é derivada da palavra em latim *fanaticus* – devoto pertencente a um templo, que seria o *fanum* (CUNHA, 1997). Aqui, adotamos o conceito de *fã* utilizado por Jenkins (2009) no sentido de indivíduo atuante e participativo em relação ao objeto de sua admiração. “Os fãs são o segmento mais novo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno” (JENKINS, 2009, p. 188).

Sobre os autores de *fanfictions* – ou *ficwriters* –, trata-se de um público predominantemente feminino e que

Há uma década, a fan fiction publicada era, em sua maioria, escrita por mulheres na faixa dos 20, 30 anos, ou mais. Hoje, essas escritoras mais velhas estão acompanhadas de uma geração de novos colaboradores que descobriram a fan fiction navegando pela internet e decidiram ver o que eram capazes de produzir (JENKINS, 2009, p. 250).

Apesar de, como destaca o autor, o produto do trabalho de fãs existir muito antes do atual contexto midiático, a internet permitiu maior visibilidade de suas atividades e dos *fundons*, ou grupos de fãs. Derivado da união entre os termos em inglês *fan* e *kingdom* (reino), *fandom* seria o universo ou domínio de fãs.

A fim de discutir e cultivar de os objetos culturais (filmes, livros, quadrinhos) ou personalidades que admiram e de divulgar suas criações/recriações, os fãs se reúnem através de fóruns, sites e comunidades online, além de se encontrarem presencialmente. As atividades desses fãs giram em torno da criação de *fanarts* (baseadas em imagens); *fanhits* (produção de músicas); *fanvideos* (vídeos) e o que se tornou o interesse de investigação deste trabalho, as *fanfictions*.

## Celebridades e a construção de fãs

Segundo França (2014), o conceito de celebridade traz à tona os sentidos de conhecimento, reconhecimento e culto. “Diz de alguém que se torna conhecido por muitas pessoas, reconhecido por aquilo que é ou faz, cultuado enquanto uma excepcionalidade digna de admiração e referência” (FRANÇA, 2014, p. 19). Entre essas pessoas, encontram-se os jogadores de futebol, indivíduos que, mesmo após encerrarem suas carreiras, permanecem como referência do esporte devido, entre outros fatores, a sua performance nos campos, como por exemplo os jogadores brasileiros Pelé, Raí, Ronaldinho, Romário e Zico.

Para Helal (2014), tais celebridades do mundo do futebol têm uma importância central para o espetáculo e para a formação de relações identitárias. Além disso, segundo o autor, eventos de massa como os ensejados pelo futebol – a Copa do Mundo é um exemplo – necessitam de ídolos, pois são eles que geram identificação com o espetáculo. A construção desses ídolos passa em grande parte pelo viés da mídia. “O ídolo esportivo ‘escreve’ sua trajetória em parceria com a mídia” (HELAL, 2014, p. 128). Assim, a mídia tem um importante papel na construção de alguns ídolos do futebol. Como consequência, podemos citar o que diz França (2014) sobre o fato de que celebridades atualmente povoam tanto o cenário midiático quanto o imaginário social.

Ao nos referirmos a esse aspecto midiático, é essencial destacar que ele acontece em um cenário de convergência e de

cultura participativa, no qual os receptores dos produtos dessa mídia não podem mais ser considerados passivos. Por convergência, entende-se “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 29). Por esse prisma, não poderíamos falar de produtores e consumidores de mídia que ocupam papéis separados, mas de “participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós entende por completo” (JENKINS, 2009, p. 30).

Dessa forma, poderíamos dizer, portanto, que as *fanfictions* nos permitem ver um recorte sobre como a imagem desses jogadores se processam no imaginário de suas fãs, uma vez que nos fornecem materialidade (as ficções criadas com base nos jogadores, por exemplo) para tal análise. Essas estórias seriam uma materialidade para o que Jenkins (2009) aponta como uma convergência acontecendo não nos aparelhos, mas nos cérebros de consumidores individuais e nas suas interações sociais com o outro. Para o autor, “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana” (JENKINS, 2009, p. 30).

Voltando ao tema central das celebridades, Torres (2014) faz ainda uma relação entre elas, a economia e o carisma. A partir de sua leitura, o capitalismo seria um dos elementos base para entendermos a consolidação de celebridades, pois cria a reprodução mecânica e digital não só de produtos e serviços, mas de ideias, imagens e ideologias. A celebridade, portanto, seria uma dessas ideologias, centrada no modelo econômico capitalista e político democrático. Nesse sentido, seria uma produção cultural que movimenta uma série de indústrias, como a do entretenimento. A celebridade vende, se torna um produto

ou um serviço a ser consumido. Ela é a imagem da pessoa, mais do que a pessoa em si, e os consumidores desejam possuí-la.

A celebridade alarga-se a um número muito maior de celebrizados, alimentando e entretendo processos de identificação, de aspirações e de simples curiosidade do maior número. Esse alargamento concretiza-se na indústria midiática de massas, sistêmica, a qual transforma a celebridade como uma atividade econômica rotineira (TORRES, 2014, p. 74).

Torres (2014) também relaciona a imagem de celebridade ao conceito de carisma, trabalhado por Weber (1963) para falar de pessoas que – a partir de qualidades tidas como únicas, diferenciadoras – exerciam poderes de liderança. Existiria então uma relação emocional entre certos tipos de líderes (os carismáticos) e seus seguidores, mas também um caráter transitório, uma vez que o líder precisaria ratificar constantemente as características que o permitiram ser considerado como tal, sob o risco de, não fazendo isso, ser esquecido. Nesse sentido, o líder carismático seriam aqueles “portadores de dons específicos do corpo e do espírito, dons esses considerados como sobrenaturais, não acessíveis a todos” (WEBER, 1963, p. 283). Não se trataria, portanto, de escolha, mas do reconhecimento dos seguidores aos seus traços distintivos.

Podemos relacionar esse reconhecimento àquele tido pelos admiradores de celebridades, a partir das imagens e das histórias a que têm acesso através da mídia. Mais do que isso, podemos falar da relação entre fãs e os objetos de sua admiração, principalmente, no que Weber (1963) chamou de carisma puro, caracterizado por uma independência econômica. Por esse ponto de vista, não seriam as relações financeiras que estabeleceriam os processos de reconhecimento.

Os súditos podem prestar um “reconhecimento” mais ativo ou passivo à missão pessoal do mestre carismático. Seu poder baseia-se nesse reconhecimento puramente fátual e nasce da dedicação fiel. É a devoção ao extraordinário e inaudito, ao que é estranho a toda regra e tradição e que, portanto,

é considerado como divino. É uma dedicação nascida da dificuldade e do entusiasmo (WEBER, 1963, p. 288).

Nessa perspectiva, segundo Jenkins (2009), grande parte dos fãs define a natureza não comercial como uma das principais características da cultura do fã. Esse fato foi apresentado por ele ao comentar o caso da FanLib.com, empresa lançada por profissionais consagrados da mídia, como Jon Landau, um dos produtores de Titanic, e Anil Singh, ex-diretor de marketing da Yahoo. Ao ser criado, o site fazia competições de *fanfics* baseadas em séries americanas (The L World e Ghost Whisperer). Depois, transformou-se em um portal de *fics*. No entanto, logo fãs e escritores de narrativas ficcionais começaram a questionar o trabalho da FanLib, suas maneiras, de certa forma, de controlar as produções, impondo regras às histórias postadas, e o viés lucrativo de sua atuação empresarial.

Isso acontecia porque, de acordo com tal linha de raciocínio, as *fanfictions* disponibilizadas em *sites* e *blogs* “são fruto do amor; elas operam numa economia de doação e são oferecidas gratuitamente a outros fãs que compartilham da mesma paixão pelos personagens” (JENKINS, 2009, p. 242). A independência de interesses econômicos oportunizaria assim liberdade de criação. Mas Jenkins (2009) também apresenta a linha de raciocínio contrária, que justifica o fato de a produção de fãs acabar dependente de explorações comerciais terceiras justamente por eles não saberem capitalizar sobre suas produções.

## Social Spirit

O Social Spirit<sup>1</sup> é uma rede sociotécnica de fãs – ou fã site. Nele são contempladas as categorias de animes e mangás; bandas e músicos; *cartoons*; celebridades; filme; games; livros; quadrinhos; séries de TV, além de objetos originais. O usuário cadastrado pode postar *fanfics*, imagens, letras de música, *styles*

---

1 Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

(*banners* para personalizar a página dos fãs no Social Spirit) e vídeos. Tais divisões são chamadas canais pelos administradores. A interação com outras pessoas cadastradas, conversando e escrevendo comentários sobre o que elas compartilham é uma das ferramentas que caracteriza o *site*, demonstrando um papel central do trabalho dos fãs para a existência do espaço.

Desse modo, baseados na necessidade de ações efetivas de seus participantes para a manutenção do *site*, poderíamos caracterizá-lo como uma rede social predominantemente emergente, de acordo com a tipologia de Recuero (2009). Ao contrário das redes de filiação, que são mantidas através da vinculação ao sistema e exigem menos esforços dos envolvidos, as redes emergentes exigem que os associados empreendam esforços para a sua manutenção. Além de precisar do cadastro de seus participantes (as redes podem ser dos dois tipos, mas com predomínio de um deles), sem o conteúdo postado pelo público, o Social Spirit não ganha amplitude, pois “a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores” (JENKINS, 2009, p. 29).

Segundo o histórico traçado no próprio *site*, o Social Spirit foi criado em 2001, por Túlio Henrique, integrante de um canal sobre animes no *Internet Relay Chat* (IRC), um protocolo de comunicação utilizado principalmente para bate-papo e troca de arquivos. O fã de animes decidiu criar uma página na internet para esse canal do IRC e assim teve início o “Amnsp”, que passou a ser denominado “Animal Spirit” em 2003 e, em 2013, “Social Spirit”. Como afirma Jenkins (2009, p. 245), “adotando o modelo do movimento do código aberto, fãs programadores estão criando uma nova infraestrutura para o compartilhamento de *fan fiction*, vídeos de fãs e outras formas de produção cultural de fãs”.

Hoje, o Social Spirit possui cerca de 400 mil usuários cadastrados com o predomínio de ações vinculadas ao canal de *fanfiction*. De acordo com dados de julho de 2014, divulgados pelo próprio site, há uma média diária de 700 novas histórias, quatro mil novos capítulos e 980 novos cadastros de usuários. No total, havia na época 160 mil histórias, 1.030.000 capítulos, 42 mil imagens, 20 mil letras de música.

Celebridade é uma das categorias apresentadas no site. Nela, os usuários listaram 1.223 celebridades<sup>2</sup>. Entre elas, o jogador de futebol David Luiz surge como o décimo mais cultuado, tendo sido favoritado por 962 fãs. Com número maior de fãs que ele, aparecem personalidades da cultura pop juvenil, como Justin Bieber, na primeira colocação (12.874 fãs), e Demi Lovato, na segunda (6.006). Esse dado pode ser um indicativo para o que fala Jenkins (2009), segundo o qual, o público das *fanfictions* é constituído cada vez mais por garotas adolescentes.

## A copa, o amor e David Luiz

Além de ser o jogador com o maior número de fãs no *Social Spirit*, David Luiz é o que é personagem do maior número de *fanfictions* cujas personagens são jogadores de futebol. No site, os cinco jogadores da Seleção brasileira mais presentes nas *fanfictions* são: “David Luiz” com 534 fics cadastradas; “Bernard [Duarte]” com 159; “Oscar Emboada” com 137; “Thiago Silva” com 120 e “Neymar” com 116. Todos esses atletas participaram da Copa do Mundo 2014, realizada no Brasil de 12 de junho a 13 de julho de 2014. Eles defendiam a Seleção Brasileira. Jogadores do Brasil, como Hulk, e de seleções que conseguiram destaque na competição, como e Lukas Podolski – da Alemanha, que se sagrou campeã –, têm números menos expressivos de *fanfics*

---

2 Dados de 11 de novembro de 2014.

que os apresentados anteriormente. Hulk, por exemplo, tem 27; já Podolski, 28<sup>3</sup>.

Para efeitos de análise, decidiu-se então fazer a leitura das cinco *fanfics* mais populares de cada um dos cinco jogadores que apresentaram o maior número de estórias, sendo eles David Luiz, Bernard Duarte, Oscar Emboaba, Thiago Silva e Neymar, o que totalizaria 25 fics. Usamos como critério para definir as mais populares o mesmo utilizado pelo *site*, ou seja, o número de curtidas que as estórias recebem.

Como as *ficwriters* frequentemente praticam o *crossover* – mistura de mundos ficcionais, de acordo com os gêneros das *fanfictions* – uma única estória pode reunir diversos jogadores. Das cinco estórias mais populares de cada jogador, oito delas se repetiam, portanto, passamos a considerar apenas 18 estórias. Além disso, de acordo com os dados encontrados, percebeu-se que apenas 27,7% delas haviam sido terminadas, ou seja, 13 estão em andamento, ou porque suas escritoras ainda estão escrevendo ou porque abandonaram sem dar um fechamento à trama.

No *site Social Spirit*, os autores vão incluindo os capítulos de cada *fanfiction* e sinalizam que a estória ainda está em construção. Quando terminam a *fanfiction*, mudam o *status* para terminada. Na análise deste artigo, optamos por trabalhar com as estórias já terminadas, que nos possibilitariam ter uma visão mais completa dos mundos imaginados por suas escritoras. Foram elas “*Think out loud*”, listada na categoria David Luiz; “*Give me love*”, em Bernard Duarte e Oscar Emboaba; “Diário de uma iniciante em Copa do Mundo”, em Oscar Emboaba e Thiago Silva; “Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa”, em Neymar, e “*I Will Always be Yours*”, em Neymar), conforme quadro abaixo:

---

3 Dados de 11 de novembro de 2014.

Quadro 1 – Fancions com jogadores de futebol

Fanfic	Curtidas	Capítulos	Visualizações
Thinking out loud	611	58	52.588
Diário de uma iniciante em Copa do Mundo	320	58	41.158
Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa	181	2	2.732
Give me love	176	20	12.906
I will always be yours	143	42	27.203

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Além de todas as estórias trazerem como personagens principais jogadores que participaram da Copa do Mundo, elas começaram a ser escritas senão durante, muito próximo ao período de jogos, entre os dias 23 de junho (*Think out loud*) e 15 de julho de 2014 (*Give me love*), dois dias depois de encerrada a Copa, o que reforça a relação entre essas *fanfictions* e a Copa de 2014.

No entanto, não é apenas quanto ao período de escrita que há o envolvimento. Os tempos das narrativas em algum ponto ou durante toda a estória coincidem com o tempo de realização do evento mundial. *Think out loud*, por exemplo, tem início na Copa, mas a maior parte da trama ocorre depois dela. *Give me love* se passa toda depois da Copa, nos preparativos para o primeiro jogo amistoso depois da competição, mas faz referência ao evento em várias oportunidades. Em *Diário de uma iniciante em Copa do Mundo*, a narrativa acontece quase que completamente durante a disputa. Já *Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa* a estória transcorre, em seus dois capítulos, logo em seguida à derrota do Brasil para a Alemanha nas semifinais

dos jogos. A última delas, *I will always be yours*, tem parte da narrativa durante a Copa.

Nesse caso, além da necessidade dos ídolos por parte dos eventos de massa, citado por Helal (2014), aqui percebe-se a representação desses ídolos como objetos centrais na representação do evento para as escritoras dessas *fanfics*. Mas como a representação é feita nas *fanfictions* aqui abordadas, com relação tanto à Copa quanto aos seus ídolos?

## David Luiz, o amor e o corpo

Uma das nossas hipóteses de trabalho era a de que, como destaca Helal (2014), as trajetórias de vida dos jogadores fossem um dos elementos base de inspiração para construí-los como heróis nas estórias narradas. Além disso, esperava-se que Neymar fosse o que mais inspirasse *fanfics*, uma vez que, dentre os jogadores atuais da Seleção Brasileira, é citado como um dos melhores do mundo e é um dos que têm mais presença cativa na mídia.

Essa informação pode ser apontada com base na lista das cem celebridades brasileiras mais poderosas do Brasil em 2014, publicada pela Forbes Brasil na sua edição de novembro de 2014. A revista cita o jogador como a maior celebridade brasileira, seguida por David Luiz, em segundo, e Paulo Coelho (escritor), em terceiro. A Forbes adota como critérios características como número de aparições na mídia, grau de prestígio e de influência, longevidade da carreira, rendimento, popularidade, assédio publicitário, prestígio internacional e número de seguidores nas redes sociais influentes de nosso país<sup>4</sup>. A publicação, em sua página na *internet*, ainda destaca a importância da Copa do Mundo para o resultado apresentado, que traz jogadores e

---

4 Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/forbes-ele-ney-mar-a-celebridade-mais-poderosa-do-brasil,f5a0c70bc27f9410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.html>>. Acesso em: 5 dez. 2014.

técnicos de futebol em um número de 20 das 100 celebridades listadas:

O ano de 2014 grafou seu lugar na história como o período em que a Copa do Mundo no Brasil mostrou ao mundo que o país, afinal, não é tão bagunçado assim e que a Pátria de Chuteiras não é imune a vexames em campo. Inevitável, assim, que 2014 seja também o ano em que o esporte dominou entre as celebridades mais faladas, curtidas, lidas, seguidas e assediadas na temporada. Em sua segunda edição, a lista de Forbes com os 100 famosos brasileiros que mais se destacaram espelha a grande mobilização e agitação nacional gerada pela segunda Copa no país: saíram do gramado – ou da beira dele – nove dos 20 primeiros colocados no ranking. Esse time se personifica em Neymar, o jovem e talentoso craque que acaba de se tornar o único brasileiro na lista dos atletas mais bem pagos do mundo da revista Forbes, além de ser goleador nas redes sociais, na mídia, na publicidade e na popularidade internacional. Ou seja, bom de bola em todas as posições do jogo das celebridades<sup>5</sup>.

Além disso, Neymar, junto a Rodrigo Faro, foi ainda a celebridade que mais apareceu em campanhas publicitárias da TV aberta de janeiro a agosto de 2014, segundo um levantamento do Ibope Repucom divulgado em 15 de outubro de 2014<sup>6</sup>.

No entanto, nenhuma dessas expectativas se confirmou. Primeiramente, David Luiz, como já apontado, foi o jogador de futebol com mais *fanfictions* postadas no *Social Spirit*. Mesmo fazendo uma leitura mais detalhada das cinco histórias finalizadas entre as que destacamos, percebemos que o personagem principal é o David Luiz (em *Give me Love* ele divide a posição com Bernard Duarte, já que os dois são construídos como um casal romântico).

---

5 Disponível em: <<http://www.forbesbrasil.co/listas/15-maiores-celebridades-do-brasil-em-2014/>>. Acesso em: 5 dez. 2014.

6 Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2014/10/neymar-foi-celebridade-que-mais-estrelou-comerciais-este-ano.html>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

Em mensagens de agradecimento postadas pelas escritoras ao final de suas estórias, percebemos um destaque para a atuação do jogador nos times e na Seleção e alguns traços de personalidade ou físicos como motivadores para a escrita. Em *Thinking Out Loud*, a *ficwriter* diz: “o David já era conhecido meu do *Chelsea*, o time que eu gosto da Inglaterra. Daí ele foi para a Copa das Confederações e eu o reconheci. Aqueles cachinhos, quem esquece?”. Já em *Diário de uma Iniciante em Copa do Mundo*, a escritora explica:

A cada jogo da Copa das Confederações, minha admiração pelo jogador cresceu. Porque ele demonstrava qualidade, porque ele quebrou o nariz no jogo contra o México, teve que trocar de roupa na beira do campo – que rende fotos dele de cueca até hoje – sangrando, e mesmo assim não desistiu de jogar. Ou no lance que ele levou uma cacetada de um italiano, no outro jogo, e machucou a perna. Ou na final contra a Espanha, que ele fez uma defesa incrível. Eu lembro que quando a bola voou dos pés dele e não entrou eu gritei: isso é David, porra! [...] Então começamos uma longa discussão acerca de um jogador que nos inspiraria para criar o personagem e Adelina disse: “eu acho o David Luiz fofo”. Daí eu derreti<sup>8</sup>.

Nessas passagens, podemos fazer uma relação com o conceito de carisma apontado por Weber (1963) e relacionado por Torres (2014) como uma das relações com as celebridades, no sentido de alguém que possui um dom distintivo, algo que o coloca em um patamar acima dos demais seres humanos e, por esse motivo, atrai seguidores (ou fãs). No caso, a expressão desse dom seria o desempenho de David Luiz como jogador.

Por outro lado, vemos o papel da convergência midiática, e não apenas de uma grande mídia específica, como alimentadora do imaginário dessas escritoras. Assim, a “convergência

7 <http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfictions-david-luiz-thinking-out-loud-2097099/capitulo25>

8 <http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfictions-david-luiz-diario-de-uma-iniciante-em-copa-do-mundo-2190969/capitulo52>

representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 30). Ainda no capítulo de agradecimentos de *Diário de uma iniciante em Copa do Mundo*, a escritora esclarece:

Passamos dois meses inteiros planejando e organizando, stalkeando facebook, twitter, instagram, sites de esportes e vendo todos os jogos da copa, inclusive os que não eram do Brasil, e todos os programas nos quais veríamos de certeza o David, para criar algo que se aproximasse da realidade.

Aqui observamos uma tendência ao sincretismo entre fatos reais e imaginados nas estórias contadas nessas *fanfictions* de celebridades. Isso pode ser observado em referências a momentos reais da vida profissional do jogador, como mudanças de times, e a familiares e pessoas que participam ativamente de seu cotidiano, como a mãe, o pai, a irmã, o sobrinho e a namorada Sara Madeira.

Além disso, referências à Copa do Mundo e a fatos marcantes tanto para a competição como para o jogador são frequentes. No agradecimento feito pela escritora de *Diário de uma iniciante em Copa do Mundo*, por exemplo, é dito: “queríamos explicar os fatos que aconteceram durante a Copa com nossa própria visão”.

Momentos como o que deixou Neymar fora da Copa, no jogo contra a Colômbia, nas quartas de final da disputa, são citados em quase todas as cinco estórias aqui comentadas, menos em *Give me Love*, que se passa depois da Copa e começou a ser escrita dois dias após se encerrar o evento. Nas outras quatro *fanfics*, faz parte da narrativa e se mistura ao imaginário, como em *I will always be yours*, no vigésimo capítulo: “a joelhada que Zuñiga deu em Neymar foi muito feia e o Ney ficou se contorcendo no chão. Bruna e Rafaella que estavam assistindo o jogo comigo se levantaram e foram ter com Neymar”.

Quando o acontecimento não faz parte do tempo da narrativa, as escritoras se referem a ele nas notas que antecedem

ou finalizam os capítulos, o que aconteceu em *Thinking out loud*. Na nota final do capítulo 11, que foi postado em cinco de julho de 2014, dia seguinte à partida Brasil x Colômbia, a *ficwriter* diz: “Vamos todos mandar vibrações para a recuperação do Neymar, nosso camisa 10. A notícia boa é que nosso anjinho fez o dele pela Seleção ontem! #VaiBrasil”.

Também percebemos uma convivência mútua entre o amor carnal e o idealizado em quase todas as histórias. Com exceção de “Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa”, com teor humorístico sobre a derrota da seleção brasileira por 7x1 contra a Alemanha, as outras quatro histórias analisadas, quando não têm descrições minuciosas de cenas de sexo, trazem insinuações diretas a ele. Ao mesmo tempo, o sexo é envolvido em relações de amor, que buscam a felicidade ao lado de um par ideal que, no caso das *fanfictions* descritas, é o David Luiz. Em *I will Always be yours*, por exemplo, no capítulo 19, a personagem principal fala para o David: “sempre foi e sempre será você que me deixa sem palavras com pequenos gestos, sempre foi e sempre será você o homem da minha vida”.

Há nessas histórias, podemos ainda acrescentar, um predomínio do romance burguês abordado por Morin (2009, p. 60), “que vai em direção do psicologismo, os conflitos de sentimentos e de caracteres, dramas ou comédias triangulares do esposo, do amante e da mulher adúltera”. Nas *fanfics* analisadas, no entanto, a traição vem da parte do David Luiz, em geral com a personagem Sara, citada frequentemente na mídia como namorada do jogador. Mesmo em *Give me love*, que cria um relacionamento homossexual entre David Luiz e Bernard Duarte, uma das intrigas da trama, além do medo da aceitação do caso pelo público e pela própria Seleção, é uma suposta traição de David Luiz com o jogador Thiago Silva, que era apaixonado pelo zagueiro. Quando a personagem feminina trai, nos casos estudados, a ação é uma resposta à deslealdade do jogador.

Morin (2009) faz uma relação desse romance burguês com a obra *Madame Bovary*, segundo ele, um marco da sociedade e do imaginário burguês, em que a consumidora típica do romance, a burguesa culta, se torna a heroína e tem no amor uma saída para a vida monótona da província, característica que visualizamos nas *fanfictions* estudadas neste artigo. É através do romanesco que a heroína procura saída para os seus problemas, o que intervém de forma direta na sua vida.

Nas estórias lidas aqui, o amor também opera modificando as vidas das personagens principais, criadas por suas escritoras que, ao mesmo tempo, são leitoras de outras *fanfics*, inclusive do próprio David. As meninas viajam para a Europa para ficar ao lado do amor das suas vidas, David Luiz, que joga em times europeus, mas há uma busca de consolidação do romance com o casamento, parecendo alimentar sonhos que são das próprias escritoras, fãs do David. Morin (2009) aponta essas relações entre vida real e imaginária como um dos traços do romance burguês:

A corrente bovarizante que é de integrar o real no imaginário, o imaginário no real, se ramificará de maneira múltipla: o 'eu' do autor e o 'eu' do herói poder-se-ão confundir e, finalmente, o romancista procurará continuamente transformar o real na lembrança, transformar a si mesmo por sua obra e na sua obra. Os romances burqueses, sob diversas formas, se tornam os tu e eu, tu leitor que sou eu autor, eu autor que sou tu, leitor, tu personagem de romance que sou eu, eu personagem de romance que sou tu, um jogo de perseguição, passos cruzados incessantes entre a vida e o conto (MORIN, 2009, p. 58).

Tal relação entre realidade e imaginário é citada, por exemplo, nos agradecimentos feitos pela escritora de *Thinking out loud*, em que a *ficwriter* destaca o fato de as leitoras poderem se identificar com a Giovanna, protagonista da estória:

A minha personagem principal não era famosa, não era irmã, prima, cunhada, elfo doméstico de ninguém que a ligasse ao David. Giovanna era uma menina comum, com uma melhor amiga, em um bar. Situação inicial sem nada de especial, todas as leitoras podem imaginar isso, podem viver isso. E é para

isso que as fanfics servem, não é? Eu não quis nada irreal, eu quis algo que fosse imaginável. E eu consegui (Agradecimentos da escritora de *Thinking out loud*).

Mas por que o David Luiz? Nas representações feitas dele nas *fanfictions* estudadas, as características que ajudam a definir o jogador são em geral a respeito de atributos físicos, do corpo, ou de personalidade, descrevendo-o na maioria das vezes como uma pessoa meiga ou “fofa”, como dizem as escritoras. Em *Thinking Out Loud*, no capítulo oito, a personagem principal, no lugar de narradora, descreve: “Ele tinha um corpo muito bonito, era definido, mas não de maneira exagerada”. Já no capítulo 18 completa: “O físico de David parecia ser um presente de um ser superior. Oh, homem gostoso!”.

Já em *I Will Be Always Yours*, no capítulo 19, em uma conversa entre Lottie e David Luiz, personagens principais, eles dizem: “- Eu acho muito fofo esse seu lado atencioso com as fãs - eu falei assim que comecei a descer do Cristo. - Eu sou fofo toda hora - ele abanou seus caracóis me fazendo rir.” Em *Diário de uma iniciante em Copa do Mundo*, a narradora, também personagem principal, descreve, ainda no capítulo 1:

Não, eu não tenho uma queda por ele e sim um precipício inteiro. Ele é lindo, sempre foi e eu acompanho tudo dele desde que o vi pela primeira vez. [...] Ele também tem um sorriso lindo e é super carinhoso e carismático. [...] Quem diz que ele é um magrelo sem graça nunca o viu sem camisa, porque ele tem tanquinhos. Ah, se tem. Então, de físico, já está mais do que bom. Não sou muito fã de caras muito fortes. Prefiro os que são como ele, aconchegantes e tudo o mais”.

Essa caracterização como “fofo” é uma das preponderantes nas histórias criadas com o David Luiz e talvez seja motivada pela relação que ele mantém com os fãs nas redes sociais, nas quais usa o termo “*geezers*” para se referir a eles, criando uma identificação para os participantes do seu fandom, com os quais interage constantemente. Na página do Facebook “Campanha

DL”, de fãs do David Luiz, podemos ver uma explicação dos próprios fãs sobre o que seria o “geezer” e, mais uma vez, uma relação entre realidade e imaginário, no sentido de referências a sua carreira como atleta e uma idealização da personalidade do jogador:

Ser um/ uma geezer é saber que você tem como ídolo um ser humano iluminado, cheio de luz, cheio de amor, cheio de compaixão e respeito ao próximo. Todos sabem que em um jogo de futebol são 11 contra 11. Alguns dizem que são 22 homens correndo atrás de uma bola. Mas o futebol é muito mais que isso para nós geezers. Ele é mágico e encantador, e nos deu a oportunidade de encontrar um jogador que se destaca no meio dos outros. Quando o David Luiz entra em campo, um mix de emoções entram com ele. A oportunidade de vestir a camisa e representar um clube (Chelsea) no qual os torcedores o acolheram de braços abertos é algo que o emociona. Ao vestir a camisa da seleção brasileira e entrar em campo defendendo sua nação, ouvir o hino nacional e durante o mesmo cantar com orgulho abraçando os companheiros e observando a emoção de milhares de torcedores que estão ali e que vieram de diversas partes do Brasil e do mundo, só para torcer por eles é um respeito e uma emoção difícil de se expressar em palavras, mais fácil de se perceber. Todo esse carinho que o David identifica nas arquibancadas, ele retribui em talento<sup>9</sup>.

Por meio dessas palavras, temos acesso às imagens com as quais os fãs descrevem David Luiz, venerado, nesse texto, com base tanto nos seus atributos de personalidade quanto de talento profissional como jogador de futebol. Além disso, podemos verificar que, a partir da relação de fã com o David Luiz, os participantes criam também uma relação com o mundo do futebol, no entanto, esta fica em segundo plano, visto que aquela aparenta ser o interesse principal dos fãs.

---

9 <<https://www.facebook.com/CampanhaDL/posts/256426531181085>>.

## Considerações

Com base no que foi discutido no decorrer deste artigo, podemos apontar que as referências à Copa do Mundo 2014, como também ao futebol, são panos de fundo ou pontos de partida para acesso ao mundo das celebridades e dos ídolos. Apesar de verificarmos que o evento pode ter sido um dos motivadores para as estórias aqui estudadas, uma vez que os inícios delas datam a partir do início da competição, a imagem do jogador David Luiz ocupa um lugar muito mais central nas narrativas.

São as relações idealizadas com e sobre ele que dão os direcionamentos às tramas, com exceção de “Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa”, em que o foco é a derrota do Brasil para a Alemanha, nos jogos semifinais.

Outra constatação é a de que, além da presença de um forte erotismo na maioria das ficções, uma das marcas principais das *fic*s analisadas é a busca pelo amor romântico, em geral, coroado pelo *happy end* (final feliz), com o par casamento-filhos e a ideia do “felizes para sempre”. Novamente, reforça-se a centralidade do jogador David Luiz, uma vez que é ele o par almejado nessas relações românticas.

Assim, percebemos como as celebridades permeiam os imaginários e os desejos de fãs. Além disso, que as *fanfictions* podem ser vistas como espaços onde os integrantes do *fandom* constroem e materializam as imagens das figuras que admiram. No entanto, essas imagens – encontradas nas estórias narradas – são permeadas por uma série de outras, a que eles têm acesso por meio da mídia tradicional e das redes sociais dos jogadores admirados. Isso mostra como as *fic*s se inserem no contexto de convergência midiática e, no caso analisado, como os megaeventos esportivos, assim como as celebridades, são personagens desse contexto.

## Referências

CUNHA, Antônio G. da. [1982] *Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

FRANÇA, Vera. *Celebridades: identificação, idealização ou consumo?* In: FRANÇA, Vera; FILHO, João Freire; LANA, Lígia; SIMÕES, Paulo (Org.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ÉPOCA NEGÓCIOS. *Neymar foi celebridade que mais estreou comerciais em 2014*. Disponível em:

<<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2014/10/neymar-foi-celebridade-que-mais-estrelou-comerciais-este-ano.html>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

HELAL, Ronaldo. *Mídia e idolatria no universo do futebol*. In: FRANÇA, Vera; FILHO, João Freire; LANA, Lígia; SIMÕES, Paulo (Org.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FORBES BRASIL. *15 maiores celebridades do Brasil em 2014*. Disponível em: <<http://www.forbesbrasil.co/listas/15-maiores-celebridades-do-brasil-em-2014/>>. Acesso em: 5 de dez. de 2014.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Trad. de Maura Ribeiro Sardinha. 9 ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2009.

TORRES, Eduardo Cintra. *Economia e carisma da indústria cultural da celebridade*. In: FRANÇA, Vera; FILHO, João Freire; LANA, Lígia; SIMÕES, Paulo (Org.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

TERRA ESPORTES. *Forbes elege Neymar a celebridade mais poderosa do Brasil*. Disponível em: < [http://esportes.terra.com.br/futebol/forbes-elege-neymar-a-celebridade\\_f5a0c70bc27f9410VgnCLD200000b2bf-46d0RCRD.html](http://esportes.terra.com.br/futebol/forbes-elege-neymar-a-celebridade_f5a0c70bc27f9410VgnCLD200000b2bf-46d0RCRD.html)>. Acesso em: 5 dez. 2014.

VARGAS, Maria Lúcia Bandeira. *O Fenômeno Fanfiction: novas leituras e escrituras em meios eletrônicos*. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2005.

*Social Spirit*. Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

## Fanfictions

*Diário de uma iniciante em Copa do Mundo*. Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfiction-david-luiz-diario-de-uma-iniciante-em-copa-do-mundo-2190969>>. Acesso em: 3 nov. 2014.

*Give me love*. Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfictionbernard-duarte-give-me-love-2203401>>. Acesso em: 3 nov. 2014.

*I will always be yours*. Disponível em <http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfiction-david-luiz-i-will-always-be-yours-2150335>>. Acesso em: 3 nov. 2014.

*Mamãe ama vocês, mas vendi a Copa*. Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfiction-david-luiz-mamae-ama-voce-mas-vendi-a-copa-2171359>>. Acesso em: 3 nov. 2014.

*Thinking out loud*. Disponível em: <<http://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfiction-david-luiz-thinking-out-loud-2097099>>. Acesso em: 3 nov. 2014.

## Sobre os autores

**Abelardo Monteiro Bezerra de Melo Neto.** Graduado em Gestão de Políticas Públicas (UFRN), bolsista do projeto de pesquisa financiado pelo CNPq e Ministério do Esporte intitulado “A Copa do Mundo de 2014 e os legados para o futebol em quatro cidades sede da Fifa (Brasília, Cuiabá, Manaus e Natal)”.

**Allyson Carvalho de Araújo.** Possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2004), mestrado em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2006) e doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (2012). Atualmente é professor adjunto II da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e membro da Equipe colaboradora 03 para Acompanhamento Pedagógico ao Programa Segundo Tempo (PST), pelo Ministério do Esporte. Atua nos Programas de Pós-Graduação em Educação Física (PPGEF/UFRN) e no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN). Coordenador do subprojeto Educação Física do PIBID da UFRN e do LEFEM. Tem experiência na área de Educação Física e comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: educação física, esporte, educação, comunicação, representação e estética.

**Antônio de Pádua dos Santos.** Professor doutor trabalha no departamento de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Brasil. Membro do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura de Movimento. Especialista em Educação Motora na Escola pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (1999); mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2004) e doutor em Educação pela

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2008). Desenvolve pesquisas teórico-empíricas no campo do esporte, com abordagem no imaginário radical, nas representações sociais e na subjetividade e em Educação Física Escolar.

**Anna Lidiane Oliveira Paiva.** Possui graduação em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2013), atua como pesquisadora no campo das políticas públicas com enfoque em políticas esportivas, e legados de megaeventos no Brasil. Estuda políticas ambientais e suas implicações para o contexto urbano brasileiro. Mestranda em Estudos Urbanos e Regionais (UFRN).

**Ary José Rocco Júnior.** Pós doutorando da Escola da Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Docente e Pesquisador da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP) e do Programa de Mestrado Profissional em Administração e Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho (UNINOVE/SP). Coordena Projeto de Pesquisa “Os novos estádios e arenas e o comportamento do consumidor esportivo: o padrão Fifa de qualidade e o impacto no torcedor brasileiro”, financiado pelo CNPq. Também é responsável pelo Projeto de Pesquisa “A ‘falação esportiva’ e a ‘novela diária’ do jornalismo: a espetacularização da cobertura do Esporte na mídia impressa brasileira durante a Copa do Mundo 2014”, financiado pela FAPESP. Autor do livro *Marketing e Gestão do Esporte*, publicado pela Editora Atlas, em 2012. Diretor da Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva (ALGEDE) e Coordenador do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM). É doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) e mestre em Administração também pela PUC/SP. Administrador Público graduado pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/

FGV) e jornalista formado pela Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero.

**Christiany Regina Fonseca.** Mestranda em Educação pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT (2007). Atualmente é professora efetiva do Instituto Federal de Mato Grosso. IFMT, atuando principalmente nos seguintes temas: trabalho, educação, sociologia, ensino-médio.

**Deise Cristina Gomes da Silva.** Graduada em Turismo pela UNIFACEX. Atualmente atua no Atendimento ao Turista da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Economico.

**Fábio Fonseca Figueiredo.** Professor adjunto II, Departamento de Políticas Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenador do projeto de pesquisa financiado pelo CNPq e Ministério do Esporte intitulado “A Copa do Mundo de 2014 e os legados para o futebol em quatro cidades sede da Fifa (Brasília, Cuiabá, Manaus e Natal)”.

**Francisca Janaina Freire Rodrigues.** Possui graduação em Letras – Português e Espanhol pela Universidade do Estado de Mato Grosso (2012). Tem experiências em ensino, pesquisa e extensão. Participou de projetos de pesquisas e extensão na UNEMAT e na UFMT. Tem experiência em etnografia e aplicação de questionários. Participa do GEPECS – Grupo de Estudos e Pesquisas em Esporte, Cultura e Sociedade (CNPq/UFMT).

**Francisco Xavier Freire Rodrigues.** Professor efetivo da Universidade Federal de Mato Grosso, Adjunto IV, lotado no Departamento de Sociologia e Ciência Política. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO/IL- UFMT. Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2007), Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2003), Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (2000). Coordenador do Subprojeto

PIBID Sociologia/Ciências Sociais – UFMT. Coordenador do GT Sociologia do Esporte da Sociedade Brasileira de Sociologia. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas em Esporte, Cultura e Sociedade (GEPECS) CNPq/UFMT.

**João Roberto Liparotti.** Docente UFRN, Coordenador do programa institucional de pesquisa e extensão UFRN NA COPA. Linha de pesquisa CNPq: Ciências no futebol. joao.liparotti@gmail.com

**Joaquín Marín Montín.** Doctor y Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Sevilla Formación de postgrado en la Universidad Federal de Santa Maria (Brasil) y la Universidad de Aarhus (Dinamarca). Investigador visitante en el Centro de Estudios Olímpicos (UAB) y la Universidad Feevale (Brasil). Especializado en el estudio de las relaciones entre los medios de comunicación y el deporte.

**José Carlos Marques.** Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP – Campus de Bauru) e do Departamento de Ciências Humanas da mesma instituição. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol) e integrante do LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas sobre Futebol e Modalidades Lúdicas). E-mail: zeca.marques@uol.com.br.

**Josimey Costa da Silva.** Pós-Doutora em Comunicação Social pela ECOPOS/UFRJ e doutora em Ciências Sociais/Antropologia pela PUC – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2004). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, atuando na Pós-Graduação em Estudos de Mídia e na Pós-Graduação em Ciências Sociais como docente e pesquisadora. Foi diretora da TVU-RN e Superintendente de Comunicação da UFRN. Tem experiência profissional em jornalismo com ênfase em Videodifusão. Áreas

de interesse: Comunicação Social, Antropologia, Semiótica da cultura, Complexidade, Cinema, Corpo/corporeidade, Cinema e Cidade. Dirigiu o vídeo documentário & quot; Imagem sobre Imagem: a Segunda Guerra em Natal & quot; e tem livros científicos e de contos publicados, além de artigos e poemas em coletâneas e periódicos. É líder do Marginália – Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura e também coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Culturas Urbanas da Intercom.

**Kênia Maia.** Kênia Maia é jornalista e tem doutorado em Ciências da Informação e da Comunicação pela Université de Metz (atual Université de Lorraine), na França. É professora do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da UFRN. É membro do Grupo de Pesquisa Marginália. E-mail: [keniamaia@yahoo.com](mailto:keniamaia@yahoo.com)

**Leandro Carlos Mazzei.** Doutorando (joint-PhD) da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo – EEFEUSP (Brasil) e pela Vrije Universiteit Brussel – VUB (Bélgica) (desde 2011). Mestre de Gestão Desportiva pela Faculdade de Desporto da Universidade do Porto – FADEUP (2006). Graduado em Bacharel em Esporte pela Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo – EEFEUSP (2002), além de Especialista em Administração de Empresas pela Fundação Armando Alves Penteado – FAAP (2003). Docente do Programa de Mestrado Profissional em Administração – Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho de São Paulo (UNINOVE). Também é pesquisador do Grupo de Estudos em Gestão do Esporte (GEPAE) e Grupo de Estudo e Pesquisa em Esporte e Treinamento Infanto-Juvenil (GEPETIJ), ambos da EEFE-USP. Ex-atleta profissional de judô, atualmente é professor de ensino universitário (tanto em cursos de graduação como de pós-graduação) e coordenador de projetos esportivos. Organizador do livro *Gestão do Esporte no Brasil: Desafios e Perspectivas*.

**Maria Clara Bezerra.** Maria Clara Bezerra é graduada em Publicidade e Propaganda e em Letras Língua Portuguesa e Literatura. É mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da UFRN. É membro do Grupo de Pesquisa Marginália. E-mail: clarabez@gmail.com

**Maria Isabel Dantas.** Maria Isabel Dantas é professora de Arte, de Antropologia e de outras disciplinas afins do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. Licenciada em Educação Artística, com habilitação em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Especialista em Artes Cênicas pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre e doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Desenvolve pesquisa sobre a temática da relação entre alimentação, festa, cultura e sociedade. De 2006 a 2008 participou como pesquisadora do Inventário das Referências Culturais da região do Seridó Potiguar, projeto desenvolvido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, do Ministério da Cultura. Desde 2010 vem desenvolvendo o projeto de pesquisa “Doçaria seridoense: um patrimônio cultural alimentar, aprovado pela FAPERN e CNPq e, conjuntamente com pesquisadores das Universidades Federais do Rio Grande do Norte, coordena o Projeto “10 Dimensões: diálogos em rede, corpo, arte e tecnologia”, financiado pela CAPES e Ministério da Cultura.

**Michel Jairo Vieira da Silva.** Possui graduação em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2004), especialização em Planejamento e Consultoria Turística (FCC – 2009) e mestrado em Turismo (UFRN – 2011). Atualmente é professor assistente do ensino superior da UFRN e UNIFACEX, ministrando as disciplinas de Sistema de Transporte Turístico, Agência de Viagem, Teoria Geral do Turismo e A&B. Realiza pesquisas em Turismo e Cinema, Consultoria Turística, Segregação Socioespacial e Não lugar.

**Murilo Maxiano Melo Araújo.** Graduando em Turismo pelo Centro Universitário Facex – UNIFACEX (2012 – 2014). Bolsista de Iniciação Científica (2013 – 2014). Atuando no seguinte tema: Prazer em hospedar: Qualidade dos serviços no motel. Tem experiência em organização de eventos e trabalhos voluntários, atuou como professor alfabetizador de jovens e adultos no Programa Brasil Alfabetizado.

**Nathalia Siciliano da Silva.** Aluna do curso de graduação em Relações Públicas, desenvolve pesquisa de iniciação científica no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, sob coordenação do Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Uerj. E-mail: nathaliasiciliano@gmail.com

**Nathaly Barbieri Marcondes Cesar.** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP – Campus de Bauru) e aluna do MBA em Marketing da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sagrado Coração (USC – Bauru) e integrante do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol). E-mail: nathalymarcondes@gmail.com.

**Olímpio Parreira de Vasconcelos.** Estuda Comunicação Social, habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Mato Grosso. Participo de algumas pesquisas na área de sociologia do esporte. Bolsista no projeto “estudo preliminar sobre possíveis legados da Copa do Mundo de 2014 no futebol profissional de Mato Grosso”. Os temas de maior interesse abordados nas pesquisas são Megaeventos, Jornalismo esportivo, Sociologia do Esporte, Copa do Mundo 2014, Futebol profissional de Mato Grosso.

**Ricardo Ferreira Freitas.** Professor Associado do PPGCOM/ UERJ. Pós-doutorado em comunicação pelo CEAQ/

Sorbonne (2007), doutorado em sociologia pela Universidade René Descartes-Paris (1993), mestrado em comunicação e cultura pela ECO-UFRJ (1990) e graduação em relações públicas pela UERJ. E-mail: rfreitas@uerj.br

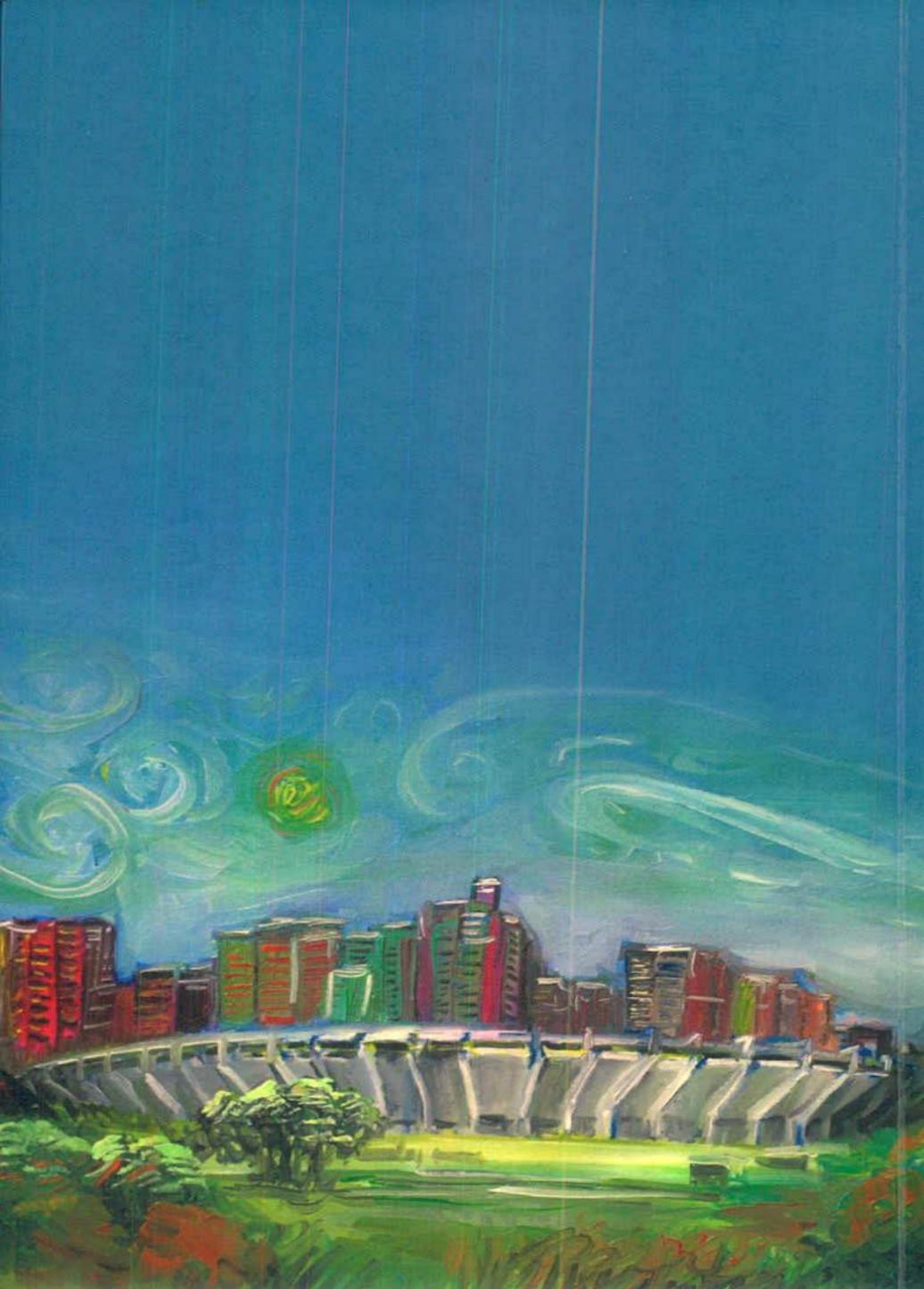
**Thaís de Argolo Cardoso.** Aluna do curso de graduação em Relações Públicas, desenvolve pesquisa de iniciação científica no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, sob coordenação do Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Uerj. E-mail: argolothais@yahoo.com.br



Este livro foi projetado e impresso  
pela equipe editorial e gráfica da  
Editora da Universidade Federal  
do Rio Grande do Norte,  
em junho de 2015.

A primeira parte deste livro é composta por textos que priorizam abordagens culturais sobre o esporte, especificamente o futebol, e leituras dos legados oportunizados pela Copa do Mundo 2014 no Brasil. A segunda parte traz análises específicas sobre os legados e impactos da Copa do Mundo 2014, como focos regionais e/ou nos modelos padrões de excelência, por exemplo. A terceira e última parte é constituída por textos que relacionam de forma mais explícita aspectos comunicacionais, notadamente a partir das relações de afetos na rede e da comunicação urbana. Espera-se com esta obra colaborar com o debate que transversalize os megaeventos a partir da lente das ciências humanas e sociais. Nesse sentido, convidamos todos à leitura por apostar na necessidade de um olhar atento às consequências dos megaeventos esportivos em nosso país.

*Allyson Carvalho de Araújo*



Ministério do  
Esporte

BRASIL  
PAIS RICO E PAIS SEM POBREZA

CNPq  
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

GEPEC

LEFEM

ABEU  
Associação Brasileira de Editores Universitários



9 788542 504705 >