

A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DA FIFA DE 2014: imagem,  
representação e turismo

*THE WORLD CUP SOCCER FIFA 2014: image, representation and  
tourism*

*LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL FIFA 2014: imagen, representación y  
turismo*

Izac Oliveira Bonfim

Bacharel em Turismo pela UniCuritiba e Mestrando em Geografia pela UFPR.  
Professor Efetivo na Rede Estadual de Ensino do Paraná.  
Universidade Federal do Paraná, Setor Ciências da Terra, Departamento de Geografia.  
Jardim das Américas, Caixa-postal 1901. Curitiba-PR  
E-mail: izacbonfim@hotmail.com

Salete Kozel

Doutora em Geografia pela Universidade de São Paulo.  
Professora do Departamento de Geografia e do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do  
Paraná. Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Espaço e Representação (NEER/PR).  
E-mail: skozel@ufpr.br

**Resumo**

A proposta deste trabalho científico tem como objetivo realizar uma análise histórica e temporal a respeito do mundo do futebol, relacionando a reflexão com respeito a espaço, território e as representações sociais sobre megaeventos e suas intervenções urbanas na Cidade de Curitiba. Utilizando-se da metodologia Kozel alicerçada na concepção de linguagem dialógica cujos signos refletem a construção social e cultural dos entrevistados - um grupo de estudantes do Curso Técnico em Guia de Turismo - com a finalidade de identificar as representações desveladas através dos enunciados de mapas mentais.

**Palavras-chave:** Megaeventos. Imagem. Representações e Turismo.

**Abstract**

The purpose of this scientific work aims to conduct a historical analysis of temporal and about the world of football, relating the reflection with respect to space, territory and social representations of urban mega-events and their activities in the city of Curitiba. Using the methodology Kozel grounded in dialogic conception of language signs which reflect the social and cultural construction of the respondents, a group of students of Technical Guide on Tourism, in order to identify the representations unveiled by the utterances of mental maps.

**Keywords:** mega-events. Image. Representations and Tourism.

## Resumen

El propósito de este trabajo científico tiene como objetivo realizar un análisis histórico y el tiempo em el mundo del fútbol, sobre la reflexión com respecto a las representaciones del espacio, el território urbano y social de los mega-eventos y sus intervenciones en la ciudad de Curitiba. Utilizando la metodología basada em Kozel concepción dialógica del lenguaje de signos que reflejan la construcción social y cultural de los encuestados – um grupo de estudiantes de pregrado em la Guía de Turismo – com el fin de identificar las representaciones dio a conocer através de las declaraciones de los mapas mentales.

**Palabras clave:** Mega-eventos. Imagen. Representaciones y Turismo.

## Introdução

A presente pesquisa, na forma de contribuição para um estudo mais aprofundado no conhecimento científico sobre imagens e representações, possui como temática ‘A Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014 – a construção de sua imagem, representação e turismo’ ; configurando-se como uma possibilidade interdisciplinar de identificar e compreender as influências do futuro evento nas relações de percepção dos estudantes de turismo – particularmente entre os futuros guias de turismo - com a construção das representações manifestadas através de mapas mentais construídas antes do período do mega-evento.

## As atividades esportivas, espaço, território e futebol

As atividades esportivas modernas, particularmente as coletivas, tiveram um significativo crescimento, visibilidade e ocupação de espaços sócio-culturais nas últimas três ou quatro décadas, pois de acordo com Mascarenhas (1999) “não é preciso ser estudioso do assunto para verificar suas dimensões no mundo atual: verifique-se o espaço/tempo reservado aos esportes nos meios de comunicação de massa em todo o planeta e ter-se-á uma noção da magnitude dos esportes na atualidade”.

Apesar de não ser um fenômeno recente, é considerado um dos fenômenos sócio-culturais mais importantes do século XX, tendo em vista que de um instrumental civilizador e funcional do início da industrialização moderna, em suas raízes, passou a

componente indissociável da saúde, educação, economia e turismo, incidindo diretamente sobre comportamentos, valores, hábitos e atitudes.

Os esportes coletivos compõem, invariavelmente, a história dos jogos; pois, a necessidade de escolher os melhores guerreiros para as guerras, na Grécia antiga, fez surgir à competição, um fenômeno humano relevante na história da humanidade e intimamente ligado ao processo cultural, considerado o aspecto essencial do fenômeno esportivo; todavia, os registros históricos observam que, cronologicamente, os esportes coletivos compunham o contexto da Pré-História (TUBINO, 1993).

De acordo com Melo (2010), com o desenvolvimento dos esportes coletivos no final do século XIX e início do século XX, denominados no âmbito da história dos esportes como ‘esportes modernos’, no bojo do modelo capitalista-urbano-industrial inglês, onde receberam aperfeiçoamento em seus conceitos matematizados e temporais, foram levados a outros territórios e culturas. Mascarenhas ainda coloca que

Os esportes modernos forma codificados, majoritariamente, na segunda metade do século XIX, e imediatamente encontraram grande difusão pelas redes internacionais de comércio e dominação imperialista. Ao longo do século XX, a expansão do chamado tempo livre e do consumo de serviços de lazer propiciou o crescimento constante dos esportes, seja como prática saudável, seja como espetáculo (1999).

Um dos exemplos mais significativos dentre todas as modalidades esportivas que se fazem presentes no mundo contemporâneo, o futebol é um dos esportes coletivos mais desenvolvidos no mundo, tendo em vista sua organização mundial. De acordo com Siqueira (2011, p.67-79) “o jogo moderno criado com regras na Inglaterra em 1863, com a formação do Football Assocation” – Associação de Futebol – é a base do desporto na atualidade. Neste sentido, Mascarenhas (2004) concretiza “os esportes, enquanto fenômeno social, se realizam a partir de determinadas condições históricas e geográficas”.

Segundo Shirtz (1992) o futebol é também no Brasil um dos esportes mais populares, teve suas origens com Charles Muller, que viajou para a Inglaterra aos nove anos de idade para estudar. Muller tomou contato com o jogo de futebol e a retornar ao Brasil em 1894, trouxe na bagagem a primeira bola de futebol e um conjunto de regras. Logo, o jogo foi sendo incorporado, se projetando no âmbito do vivido do brasileiro, nos mais diferentes espaços.

Desde que chegou ao Brasil, a introdução dessa prática esportiva – o futebol – possui relações com a dinâmica sócio-espacial, uma vez que permite uma crescente renovação de uso dos espaços públicos e privados, com influência no meio urbano e inclusão social das camadas sociais menos favorecidas no âmbito esportivo.

O futebol se apresenta com um cenário de campos espalhados pelas cidades de grande, médio e pequeno porte, em lugares periféricos, nas zonas centrais e particularmente em espaços improvisados. Sendo um esporte popular, também contribui para que o mesmo seja difundido e praticado nas escolas, praias, nas ruas, em terrenos baldios, nas penitenciárias, nos jardins, nas calçadas, transformando temporariamente espaços de outras funções e utilidades. Estes coincidem com o espaço geográfico, a qual Milton Santos (1996, p. 51), sintetiza que o mesmo é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não consideradas isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. Ou seja, para Santos, a natureza é a origem, ela provê as coisas, as quais são transformadas em objetos pela ação do homem através da técnica.

Desta forma, concretiza-se o espaço geográfico, baseado na relação com o esporte futebol, que expressa relações e processos econômicos e sociais, tornado concreto por meio de práticas, que constroem fenômenos materiais traduzidos em formas e estruturas visíveis – ou seja, transformando a paisagem local.

Este esporte foi disseminado na cultura brasileira e contribui para criar um espaço social. Para Lefebvre (1974, p. 26) “o espaço social é um produto social”. Ou seja, este espaço aonde se projeta o jogo, o futebol, compreende as relações sociais e não pode ser apenas resumido a um espaço físico; também é o espaço da vida social. O espaço social agrupa as coisas produzidas e envolve inter-relações, pois ele permite ações de produção e consumo. O futebol tem essas características de produção e consumo.

Machado (2005, p. 2) afirma que o “futebol se faz presente em inúmeras cenas do cotidiano brasileiro”. O futebol, hoje, mais do que prática esportiva, é uma oportunidade prática de se exercitar a cidadania, sendo desejo da coletividade nos diversos espaços. O estudo geográfico na inter-relação do esporte possibilita meios para a compreensão de que esse esporte é capaz de deixar conseqüências visíveis no espaço, criando uma centralidade física e simbólica, principalmente pelas suas características de

produção e consumo. Para Ferreira (2007, p. 2) “as relações sociais são sempre espaciais e existem a partir da construção de certas espacialidades”. Neste caso, a espacialidade vivida e socialmente produzida, gera o espaço social associado a uma prática espacial que se expressa através do jogo – o futebol. Corrobora-se com Lefebvre (1994) na sua afirmação quanto a (re)produção do espaço, pois os fenômenos espaciais são simultaneamente produtos e produtores.

Segundo Lefebvre (1994), o espaço deve ser analisado dialeticamente levando-se em consideração as relações práticas do cotidiano. Assim sendo, o espaço geográfico aonde encontramos o futebol é então um espaço social, ou seja, um produto social. Para Lefebvre (2001, p. 33) “na realidade, o espaço social incorpora as ações sociais, as ações dos sujeitos tanto individuais como coletivas que nascem e morrem que sofrem e agem”.

O futebol em todas as suas vertentes converge para a criação de um espaço social e geográfico – sendo este um processo prático e simbólico. Desta forma a prática social – jogo – que produz o espaço é antes vivida do que conceituada. Baseado na análise no espaço social de Lefebvre, aonde se vivencia as relações sociais – encontramos um sujeito espacial e espacializado, encarregado de executar ações, um agente da construção do espaço, ou seja, o portador das relações sociais. O futebol neste contexto seria assim um espaço onde a sociedade simbolicamente se manifesta e se expressa dentro de um território definido.

Por sua vez, o território é considerado atualmente como um espaço definido por um conjunto de relações de poder. O termo, segundo Haesbart Costa (2001, p. 165-205) vem do latim *territorium*, que por sua vez deriva de terra e significa pedaço de terra apropriado, faz com que jogadores e torcedores se apropriem de espaços de outras finalidades para a concretização do lazer e do ócio no final de semana; assim sendo, acaba transformando determinados espaços em territórios do futebol. Desta forma, o território será considerado um espaço controlado por grupos humanos, produzindo territorialidades específicas, das quais o poder vem se originar.

Os jogadores, na construção de sua territorialidade, tal qual Sack (1986, p. 6) define “como sendo a tentativa de um indivíduo ou grupo de indivíduos que, através, de suas ações, controlam, influenciam pessoas, fenômenos e relações, sendo o espaço, portanto, um mediador da correlação de forças entre eles” contribuem para que haja

planejamento e execução de obras públicas de equipamentos de recreação e esportes de lazer para a prática esportiva de futebol e outros desportos. Este processo é observado em múltiplas escalas, seja ela mundial regional ou local, cuja espacialidade e temporalidade se expressam de maneira contínua ou descontínua.

Os conceitos contemporâneos de território colocam o espaço com a capacidade de suportar diversas territorialidades, num mesmo tempo, idênticas ou diferentes. Hoje é comum em um mesmo núcleo urbano, ou num mesmo bairro, ou mesmo em uma rua, visualizar-se vários territórios convivendo simultaneamente.

Em um território a margem da visibilidade global do mundo do futebol, acaba sendo, portanto, um espaço de investimentos para a promoção de políticas locais. O futebol, na sua prática profissional tem função de dinamizar e transformar os espaços e equipamentos urbanos com investimentos privados e públicos, face que a territorialidade se faz mediante a projeção de uma cultura futebolística num determinado espaço, este conhecido como: estádios, arenas etc, de maneira a conferir-lhe a condição de território. Nos tempos atuais o território, impregnado de significados, símbolos e imagens, constitui-se em um dado segmento do espaço, via de regra delimitado, que resulta da apropriação e controle por parte de um determinado agente social, um grupo humano, uma empresa ou instituição. Sendo assim, configurado como territórios de poder, de controle, do mundo profissional, dos grandes jogos espetáculos transmitidos pela TV (televisão), dos estádios lotados, dos craques do mundo da bola, atraindo investidores, patrocinadores e espectadores. Para Raffestin

A territorialidade assume um valor bem particular, pois reflete o multidimensionado do “vivido” territorial pelos membros de uma coletividade, pela sociedade em geral. Os homens vivem ao mesmo tempo o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações existenciais e/ou produtivas (1980, p. 158).

Neste contexto, o território assume uma identidade, para a coletividade que vive nele e o produz. Assume características contraditórias, sendo flexível e dinâmico, possibilitando alternativas que podem ser realizadas quando se tornam concretas e especializadas, desta forma é dialético, dentro de um território uno. É compreensível que espaço e território são construídos por atores espaciais que a partir da produção humana os fazem gerir a partir de recursos que lhes dão condições de suas existências. O sujeito social produz seu discurso sobre o espaço e território, sendo que este



pensamento é social, mas emitido por um sujeito individual que coloca uma ordem no mundo material, cujos conteúdos são reconhecidos e expressos em códigos socialmente, reconhecidos como signos.

Em muitos núcleos urbanos, encontramos este território do futebol, que faz parte da vida do brasileiro, tanto que num processo histórico da sociedade brasileira, segundo Da Matta (1982) foi utilizado por muitos governantes como ‘válvula de escape’ para outros problemas que a sociedade brasileira enfrentou e enfrenta no seu dia-a-dia como: períodos de inflação, articulações políticas, corrupção, desarmamento, guerras urbanas, violência exacerbada e outros males que especulam os movimentos sociais. Ainda, Da Matta coloca que o futebol no Brasil, em muitos momentos

O seu papel foi desviar a atenção e mistificar o povo. Ou seja, só quem sabe o real papel do futebol na sociedade brasileira é a camada dominante (que o utiliza como ópio das massas) e os críticos da sociedade. A massa permanece na escuridão de sua idiotice crônica, incapaz de perceber seu sistemático engano (1982, p. 22).

A guisa de uma reflexão, no sentido de desviar a atenção das massas (irracional) dos seus problemas sociais, Da Matta (1982, p. 22) enfatiza que “o futebol é um ambiente de vivência democrática, espaço de constituição e exercício da identidade nacional”. O futebol é visto hoje no Brasil com uma forma de manifestação cultural, inserida dentro do imaginário coletivo e utilizado como forma de ideologia dentro de um contexto histórico pelas massas dominantes. Nesse sentido Thompson (1998, p.16) coloca que “a ideologia é representada por formas simbólicas que em determinados contextos, servem para estabelecer, sustentar relações de poder sistematicamente desiguais, relações de dominação”. Desta forma, o futebol, sendo uma das formas simbólicas, está inserido num contexto social e estruturado, não sendo ideológico por si mesmo, mas se transforma na medida em que é utilizado, como recurso disponível, como verdade de uma concepção determinada a ser tornar hegemônica.

Em vários momentos da história do futebol brasileiro na sua representação nacional ou mundial o mesmo foi utilizado como instrumento de ideologia desviando a atenção das massas. Vários estudos como de Roberto Da Matta, Roberto Freire entre outros pesquisadores já apontaram e discutiram a temática nesse sentido.

Para Bakhtin (1986), os homens materializam a realidade utilizando ferramentas que lhes são exclusivas e experienciadas: os signos não se incorporam a uma consciência vazia, toda a forma de manifestação está relacionada a um determinado signo. No futebol, tal materialização da realidade é evidenciada pelo espetáculo, pelas territorialidades incorporadas no âmbito amador e profissional, e utilizado como instrumento ideológico.

O ‘país do futebol’ nada mais é do que um signo e uma representação, de um mundo materializado e concebido que perpassa o mundo percebido e vivido. Uma vez que a ‘indústria esportiva’ concebe o poder materialista e capitalista, visualizando possibilidades de extravasar no espetáculo futebolístico, esses signos são incorporados por grande parte da população, as quais se transformam em sinais cujos significados são compreendidos por um sistema de valores do qual faz parte. O mundo do futebol profissional traz a realidade de campeonatos geradores de emprego e renda, de transformação do espaço e conseqüentes mudanças para a população local. Neste sentido Fávero destaca que

[...] desde seu surgimento até os tempos atuais, o futebol foi cada vez mais se aproximando dos preceitos capitalistas. Saiu do amadorismo, do lúdico, para a competição bem organizada e o profissionalismo total. Agora faz parte de uma articulada indústria de entretenimento e espetáculo, que movimentava bilhões de dólares no mundo inteiro (2009, p. 18).

Essas mudanças afetam espaços e territórios, tal qual são construídos por sujeitos e que estes espacializados internalizam e externalizam a sociedade gerando representações sociais. No atual contexto, o Brasil saiu de mero visitante para se tornar o país sede e hospiteiro de 2014. Vai sediar a Copa do Mundo de Futebol da FIFA, hoje o torneio mais importante e com visibilidades globais, a qual resultou na criação de discursos ideológicos por parte do Estado e iniciativa privada.

A cidade de Curitiba, juntamente com outros 12 (doze) municípios passou da condição de cidade postulante à cidade sede do megaevento. Bahl (2010) entende que “os megaeventos são eventos de grande porte estrutural, operacional e de quantitativo de pessoas tanto na sua realização quanto de participação exigindo estrutura logística específica e urbana adequadas. Nesta mesma linha de pensamento, Hiller (2000, p.439) define megaevento como sendo “eventos de alto nível, de curta duração, como os Jogos Olímpicos e Feiras Mundiais, e são geralmente pensados em termos de turismo e seus



impactos econômicos”. Marcadamente os megaeventos esportivos são ações do turismo desportivo, compreendido como o deslocamento de pessoas para a participação em competições esportivas, seja como mero espectadores ou mesmo competidores.

A cidade de Curitiba deverá seguir à risca as diretrizes e propostas do Caderno de Propostas Estratégicas de Organização Turística das Cidades-Sede da Copa do Mundo de 2014 – do Ministério do Turismo - a qual, está totalmente sendo veiculado pela mídia local e nacional e irá receber investimentos e intervenção no espaço urbano. As intervenções urbanas, pelo poder público, com projetos turísticos nas políticas de Estado, investem elevados recursos na criação da imagem urbana, através de planos de desenvolvimento urbanístico, que podem ser atrativos tanto para investidores, turistas e a própria comunidade local. Tal qual, com seu poder econômico contribuem para a geração de emprego e renda, sendo muitas vezes preterido pela dinâmica espacial local.

Para Carreras

“el objetivo final de la organización de cualquier megaevento es reforzar las actividades económicas locales, buscando destacar cada lugar em el mapa del Mundo, para obtener, en definitiva, una cierta atracción de capital internacional, en forma de inversores o de visitantes extranjeros” (1999, p. 228).

Destarte Jones (2001) aponta que em muitas cidades os megaeventos podem servir como estratégia de reconhecimento global, particularmente pela exploração midiática que além de apontar aspectos positivos e negativos do evento, acaba por disseminar aspectos sócio-culturais do entorno dos espaços geográficos onde os mesmos são realizados.

Todavia, na realização de um megaevento, dentro de um espaço urbano, um dos principais aspectos no planejamento e intervenção são a disseminação e concentração de investimentos em áreas socialmente privilegiadas. Entretanto, de acordo com Mascarenhas

[...] considerando as condições sócio-econômicas das cidades-sede, a maioria pertencente a países periféricos, o impacto de cada evento adquire relativamente maior envergadura. Num cenário urbano de escassez de infraestrutura básica, um evento desta dimensão pode contribuir para sanar determinados problemas. Mas pode também comprometer as igualmente escassas finanças públicas, e inclusive acirrar o nível de desigualdade social, conforme a distribuição espacial dos investimentos realizados (2007).

Neste sentido, podem ser citados outros fatores negativos para a população local, como: especulação imobiliária no entorno dos locais de jogos; remoção e desapropriação de imóveis; transtornos para a sociedade na remodelação urbana pré-evento; exclusão e remoção da população em vulnerabilidade social para outros municípios; superinflação dos produtos de consumo básico; geração de falsas expectativas de retorno financeiro universal para investidores, empreendedores comerciais, imobiliários e de serviços. Contudo, TUAN (1980 p, 243) aponta que uma cidade em busca de sua consolidação, no promocionismo pretende criar uma imagem favorável e pouco respeita a complexidade da verdade.

Mascarenhas (2007) aponta que num cenário urbano de ausência ou insuficiência de infra-estrutura básica, um evento da dimensão de uma Copa pode contribuir para sanar ou minimizar determinados problemas; mas pode, também, comprometer igualmente as finanças públicas e acirrar o nível de desigualdade social. Assim, defende-se que as políticas públicas locais, relacionadas ao megaevento, devem articular-se com políticas públicas de outras esferas governamentais, iniciativa privada, segmentos esportivos organizados, segmentos turísticos e, sobretudo, com os desejos e anseios da sociedade.

Contudo o próprio governo local apontou os problemas que necessitam ações efetivas. Conseqüentemente investimentos, para que o município atenda satisfatoriamente e tenha a visibilidade necessária durante a Copa do Mundo de Futebol da FIFA Brasil 2014, significando uma oportunidade para as cidades pensarem, enfrentarem e minimizarem ou solucionarem seus crônicos problemas urbanos, conforme vislumbra Mascarenhas (2007). Sendo, assim, uma possibilidade de consolidar a imagem da cidade, principalmente no quesito de que os últimos governantes têm trabalhado, para a construção da 'cidade social' ou 'cidade da gente'.

Todavia, em um evento da magnitude de uma Copa, as cidades são tratadas como negócio e não como espaço da coletividade destinado ao bem-estar comum, o que pode resultar em um quadro excludente e segregador. Notadamente pelo fato de que, sob o ponto de vista urbanístico, Mascarenhas (2007) aponta que “o principal aspecto das políticas urbanas é a concentração espacial dos investimentos em áreas socialmente privilegiadas”. Sendo que, além de outros fatores que podem ser desagregadores, como

a especulação imobiliária no entorno dos locais dos jogos e a possibilidade de remoção da população ali instalada.

Os megaeventos tendem a disseminar resultados positivos, amplamente divulgados pelo poder público e pela iniciativa privada interessada em auferir lucros, que a população, possivelmente, cria expectativas, planeja, ressignifica seu cotidiano e deposita esperanças de elevação na qualidade de vida, incorporando o evento em si, o que faz as cidades desempenharem um papel ativo como centros de transformação cultural, pois são os focos principais de formas simbólicas, criadoras e re-criadoras de novos significados e valor.

Indiscutivelmente, os resultados divulgados pelo poder público e iniciativa privada são os econômicos, que têm poder de disseminar representações entre a massa populacional. Os impactos positivos são preteridos para a divulgação que afetam a fase pré-evento como: projetos de urbanização; processos de licitações para obras públicas; treinamento de qualidade da mão-de-obra especializada na hospitalidade; gastos com marketing; financiamentos e investimentos para a construção ou remodelação de complexos esportivos; investimentos em infra-estrutura básica e turística; valorização dos imóveis que se localizam no entorno das arenas desportivas, com a criação de sites especializados pelos governantes locais e propaganda nos meios de comunicação. Durante a realização do megaevento os investimentos e impactos econômicos divulgados se concentram nos gastos realizados pelos espectadores e jogadores (turistas de uma forma geral), nas mais diversas, atividades diretamente ou indiretamente ligadas ao setor de turismo. Posteriormente à realização do evento, os impactos se concentram no legado que a exposição à mídia internacional deixou para as cidades sede, bem como fica a expectativa de sediar novos eventos ou megaeventos.

Tais discursos, de que o futebol pode atrair investimentos, riquezas e conseqüente movimentar a economia do país, deixando para o mesmo alguns legados sociais, culturais e econômicos, são incorporados pela massa, que constituem em signos e se transformam em enunciados (significação contextualizada pela dinâmica dos signos – comunicação real através de palavras, imagens e sons) ou representações nas diferentes formas de linguagem (KOZEL, 2001).

Com base nestes discursos dinamizando possíveis resultados positivos amplamente divulgados pelo poder público e mesmo pela iniciativa privada interessada

em auferir lucros com eventos, que a população, possivelmente, cria expectativas, planeja, ressignifica seu cotidiano e deposita esperanças de elevação na qualidade de vida, incorporando o evento em si, gerando representações de espaço e territorialidades. Neste sentido, as cidades desempenham papel ativo como centros de transformação cultural, pois são os focos principais de formas simbólicas, criadoras e recriadoras de novos significados e valor.

Compreende Kozel (2004, p. 221) que “as representações espaciais advêm de um vivido que se internaliza nos indivíduos, em seu mundo, influenciando seu modo de agir, sua linguagem, tanto no aspecto racional como no imaginário, seguidas por discursos que incorporam ao longo da vida”. Assim, compreende-se que as representações de espaço e territorialidades são representações construídas pelo imaginário, com base em um dado da realidade, e a elas atribuídos significados. O imaginário permite a construção de representações que não necessariamente correspondam em sua totalidade à realidade, mas, que tenha alguma conexão com ela.

As representações estão presentes em todas as manifestações da cultura na sociedade, surgindo entre as interações humanas entre duas pessoas ou dois grupos, não sendo criadas por indivíduos isolados, mas dentro de um contexto social (MOSCOVICI, 2003). As representações, uma vez criadas, são capazes de influenciar comportamentos, ganham vida própria, circulam, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto as antigas se desfazem.

Neste vislumbrar de discurso ideológico por parte das massas dominantes, é que o megaevento vai criando expectativas e representações. Neste sentido corrobora Amorin Filho & Abreu (2002, p. 236), pois é na escala local (onde se desenrolam nossas experiências cotidianas), as representações e imagens que construímos estão, em princípio, mais próximas da realidade dita “objetiva”, pois que nossa experiência vivida desta realidade se acumula e se renova continuamente.

Sendo assim, buscando compreender e investigar a percepção e representação, do significado do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014, perante um grupo de estudantes de um Curso Técnico em Guia de Turismo Regional, foi utilizado a “Metodologia Kozel” (2006), a qual propõe um estudo através de mapas mentais, alicerçada na concepção de linguagem dialógica, diante da construção de signos sob a ótica bakhtianiana, as quais refletem uma realidade social e cultural local.

Com uma abordagem empírico-qualitativa, foi solicitado ao universo de 24 alunos (11 alunos do primeiro período e 13 alunos do terceiro período) de forma aleatória que participassem da pesquisa. Desse modo, o número de estudantes que participou efetivamente da pesquisa foi significativo, face que a utilização da metodologia Kozel foi aplicada no primeiro semestre de 2010, onde estavam matriculados no Curso Técnico em Guia de Turismo Regional em torno de 82 alunos distribuídos em três períodos. O instrumento de medida foi à entrega de uma folha em branco e a solicitação de um desenho (mapa mental), as quais pudessem expressar livremente o que se representa na visão do aluno o megaevento Copa do Mundo a ser realizado em 2014 na cidade de Curitiba.

O conteúdo dos mapas mentais foi analisado a partir dos seguintes aspectos:

1. Interpretação quanto à forma de representação dos elementos na imagem;
2. Interpretação quanto à distribuição dos elementos na imagem;
3. Interpretação quanto à especificidade dos ícones:
  - Representação dos elementos da paisagem natural
  - Representação dos elementos da paisagem construída
  - Representação dos elementos móveis
  - Representação dos elementos humanos
4. Apresentação de outros aspectos ou particularidades.

De acordo com Kozel (2006 p. 136) pensar os mapas mentais como uma forma de linguagem nos permite ir além da referência ao lugar e ao mundo vivido, sendo assim perpassa ao conhecimento adquirido pelo grupo de estudantes somente da realidade acadêmica, mas também as interpretações disponibilizadas pela atuação midiática, coincidindo a aplicação da pesquisa com um período que antecedeu ao megaevento Copa do Mundo de 2010 da FIFA realizado na África do Sul.

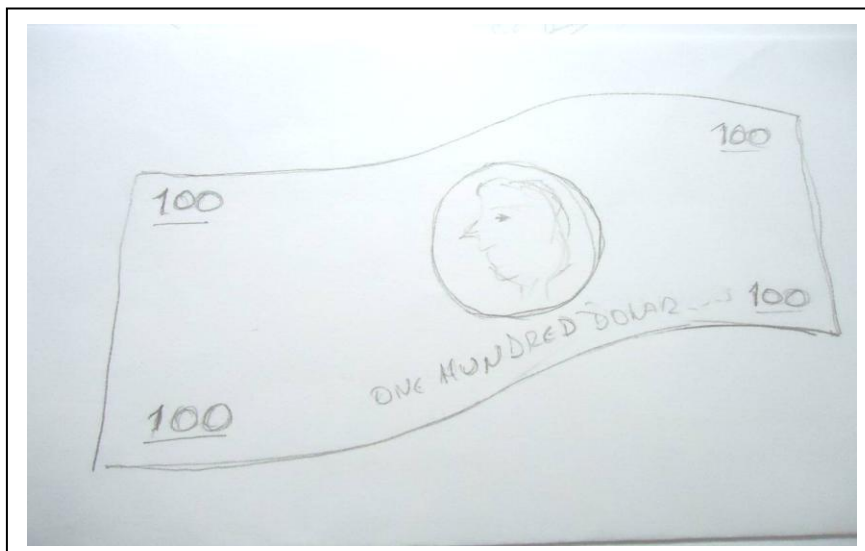


Figura 1: Interpretação segundo movimentação da economia local

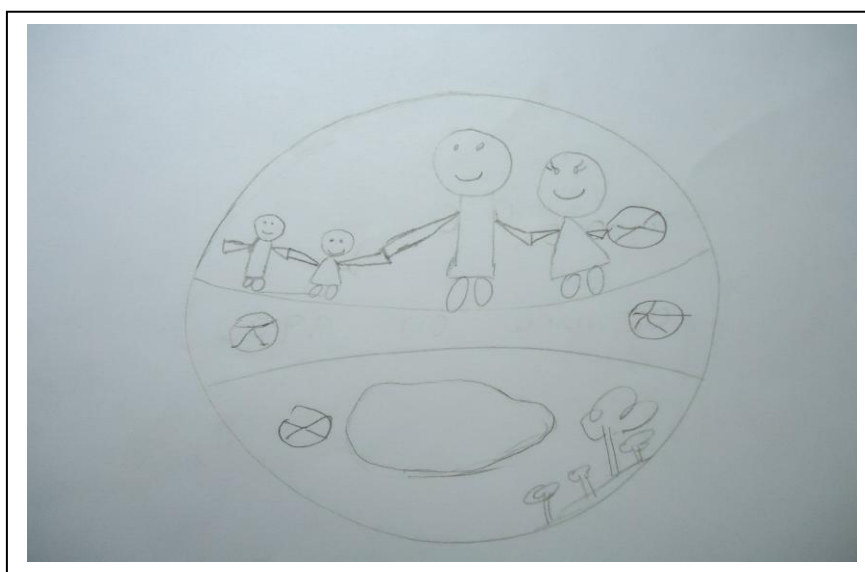


Figura 2: Interpretação do universo da família no futebol





Figura 3: Interpretação segundo empregabilidade – a profissão Guia de Turismo

Para Kozel, (2006 p. 136) os mapas mentais como enunciados produtos de relações dialógicas estabelecidas entre EU e OUTRO proporciona uma análise mais ampla do indivíduo no contexto social e cultural em que está inserido, sendo assim, foi possível visualizar através dos enunciados dos mapas mentais a concepção do mundo do futebol, seja através da expressão da intervenção urbana – principalmente as veiculadas pela mídia como a construção de um possível metrô, os fan parks , hotéis, restaurantes, os meios de transportes, o estádio, a bola, o jogo, a primazia da geração de lucros auferidos para a cidade com a característica do símbolo \$ (cifrão) e principalmente a presença do profissional Guia de Turismo conduzindo turistas pela cidade e região ao entorno, enaltecendo os atrativos turísticos locais como Jardim Botânico, Serra do Mar entre outros. Grande parte dos enunciados trouxe a tona esta característica, fruto dos discursos impregnados pela educação técnica a qual os estudantes estão inseridos, as quais incorporam determinados signos, desveladas pelas representações. Em contrapartida, alguns mapas mentais trouxeram particularidades como a presença do universo masculino no futebol, a união da família em torno do jogo e a alegria do espetáculo sob a forma da manifestação de torcedores seja ela positiva ou negativa,

destacando quando um time ganha ou mesmo quando perde um jogo ou é eliminado da competição. Interessante observar que este tipo de representação também é veiculado pela mídia durante um megaevento, pois a atuação global dos veículos de comunicação mostra em tempo real as diversas manifestações pelo mundo afora quando da realização da Copa do Mundo.

### **Considerações finais**

Ao final deste trabalho, nos levou a perceber as significações tanto individuais quanto coletivas que surge a partir da ideologia do sucesso de um evento deste porte, e em nenhum momento trouxe a tona os aspectos negativos que podem ocasionar para a cidade e seus moradores, tal qual vem sendo debatida pelos movimentos sociais de oposição. Neste sentido, cabe destacar que o discurso impregnado pelos professores dentro da realidade do Curso Técnico de Guia de Turismo vem tomando destaque somente os aspectos positivos da realidade do turismo, sendo que a verdade não é somente essa, pois a atividade turística traz em seus aportes alguns problemas sociais para as destinações turísticas sem planejamento adequado. A pesquisa proporcionou um aporte de significações tanto individuais como coletivas e o aporte metodológico nos possibilita referendar a refletir sobre a sociedade e suas vivências, trabalhando com subjetividades que surgem no decorrer do processo, sejam elas reais, imaginárias ou adquiridas das experiências de vida.

Contudo, esta pesquisa não termina aqui, face que possui um caráter mais abrangente da inter-relação dos estudos de turismo, esporte e geografia, na expectativa de expandi-la, com o aprofundamento do estudo das representações sociais para melhor compreensão dentro da realidade acadêmica do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR – Universidade Federal do Paraná.

### **Referências Bibliográficas**

AMORIN FILHO, O. B. & ABREU, J.F. Imagem, representação e geopolítica. In KOZEL, S.; MENDONÇA, F. (org.) *Elementos de Epistemologia da Geografia Contemporânea*. Curitiba: UFPR, 2004.

BAKHTIN, M. (Voloshinov, V.N.) *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência e na linguagem*. 3 ed São Paulo: HUCITEC, 1983.

BAHL, M. *O papel do profissional de turismo em megaeventos*. Curitiba, 2010. 27 transparências, color.

CARRERAS, C. Turismo urbano: el efecto de los megaeventos. In. RODRIGUES (org.) *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1999.

COSTA, R. H. Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In. CASTRO, Iná Elias de etc al. *Geografia: Conceitos e Temas*. 3º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p. 165-205.

DA MATTA, R. *O Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982.

FAVERO, P. M. Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos da globalização do futebol. 116 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em:

<[www.teses.usp.br/teses/disponiveis/.../tde-08032010-115743](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/.../tde-08032010-115743)> Acesso: 28/06/2010.

FERREIRA, Alvaro. A (im)postura do urbano: conflitos na produção da cidade. In Anais do I Simpósio O rural e o Urbano no Brasil. São Paulo, 2006, CD-Rom

HILLER, H. H. Mega-events, urban boosterism and growth strategies: an analysis of the objectives and legitimations of the cape town 2004 olympic bid. *International Journal of Urban and Regional Research*. v. 24, n. 2, p. 439-458. Jun. 2000.

JONES, C. Mega Events and Host-region impacts: Determining the True Worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*. Cardiff, nr 3, 241-251, 2001..

KOZEL, S. As Representações no Geográfico. In KOZEL, S.; MENDONÇA, F. (org.) *Elementos de Epistemologia da Geografia Contemporânea*. Curitiba: UFPR, 2004.

KOZEL, S. Mapas mentais – uma forma de linguagem: perspectivas metodológicas. In. KOZEL, S.; SILVA, J. S.; GIL FILHO, S. F. (org.) *Da Percepção e Cognição à Representação: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista*. São Paulo: Terceira Margem, 2006.

LEFEBVRE, H. *La Production de l'espace*. Paris: Ed anthropos, 1974.

\_\_\_\_\_. *O Direito à Cidade*. São Paulo: Ed. Moraes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Lógica Formal, Lógica Dialética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1994.

MACHADO, I. J. R. Futebol, clãs e nação. *SciELO*, vol 43, nr 1. Rio de Janeiro 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php>> Acesso: 27/06/2010.

MASCARENHAS, G. À Geografia dos Esportes: uma introdução. *Scripta Nova*, Barcelona, n. 35, 1 março 1999. Disponível em: <<http://ub.edu/geocrit/sn35.htm>>. Acesso: 14/05/2011

MASCARENHAS, G. A Cidade e os Grandes Eventos Olímpicos: uma geografia para quem? *Revista Digital Efdeportes*. Ano 10, n. 78, Nov. 2004. Disponível em <<http://www.efdeportes.com/efd78/geo.htm>> Acesso: 28/06/2010.

MASCARENHAS, Gilmar. Mega-eventos esportivos, desenvolvimento urbano e cidadania: uma análise da gestão da cidade do Rio de Janeiro por ocasião dos Jogos Pan-americanos - 2007. *Scripta Nova - Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2007, vol. XI, núm. 245 (13). Disponível em <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24513.htm>>

MELO, V. A. Apontamentos para uma história comparada do esporte: um modelo heurístico. *Rev. Bras. Educ. Fís. Esp.*, São Paulo, v. 24, n.1, mar. 2010. Disponível em: <[http://revistausp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&S1807-55092010000100010&Ing=nrm=iso](http://revistausp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&S1807-55092010000100010&Ing=nrm=iso)> Acesso: 14/04/2010.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

RAFFESTOM, C. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1980.

SACK, R. *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANTOS, M. *A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SHIRTZ, M. G. (1982). Futebol no Brasil ou football in Brazil?. In: J.C.B. Meihy & J. S. Witter (Orgs.), *Futebol e cultura: coletânea de estudos* (PP. 87-89). São Paulo: Imprensa Oficial.

SIQUEIRA, J.C.S. Características Morfológicas e Nutricionais de Atletas Juvenis de Futebol do Clube Atlético do Porto. *Revista Brasileira de Ciências do Futebol*. São Paulo, Ed. 001 – v. 01 – 1 Quadr. 2011. Disponível em: <<http://www.rbcf.com.br/edições.htm>> Acesso: 13/02/2011.

RINALDI, W. Futebol: manifestação cultural e ideologização. *Revista da Educação Física UEM*, Vol. 11, nr 1, 2000. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/3804>> Acesso: 27/06/10.

THOMPSON, J.B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TUAN, Y. F. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1980.

TUBINO M. *O Que é Esporte*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

Recebido para publicação em fevereiro de 2011

Aprovado para publicação em março de 2012