

# A **representação social** da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 em Curitiba (Paraná, Brasil)

MIGUEL BAHL \* [ migbahl@ufpr.br ]

IZAC BONFIM \*\* [ izacbonfim@hotmail.com ]

**Resumo** | O presente trabalho tem como objetivo investigar as representações sociais oriundas do megaevento Copa do Mundo de Futebol da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) 2014, na cidade de Curitiba, através das territorialidades construídas pelos sujeitos que vivem no entorno do estádio Joaquim Américo Guimarães. Partindo dos conceitos geográficos dentro de uma abordagem cultural, relacionando o fenômeno esportivo e o turístico, analisa-se a cultura através da linguagem. Esta, disseminada pelas relações sociais, contribui para compreensão da teoria das representações sociais de Moscovici (2003). Os possíveis legados econômicos, sociais e culturais, e a infraestrutura que a cidade receberá ao sediar o megaevento, transformando o território urbano, contribuem para o surgimento de novas representações sociais, manifestadas pela territorialidade dos atores socio-espaciais, analisada através do Discurso do Sujeito Coletivo (DCS), de Lefevre e Lefevre (2010).

**Palavras-chave** | Esporte, Turismo, Megaeventos esportivos, Representações sociais.

**Abstract** | Based on the territoriality built by individuals who live around the stadium Joaquim Américo Guimarães, this study aims to investigate the social representations of the mega event World Cup 2014 organized by the *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), in the city of Curitiba (Brasil). An analysis of geographical concepts was undertaken, by adopting a cultural approach that related both sport and tourism phenomena. Based on geographical concepts within a cultural approach, relating sports with tourism, this work examines culture through language. Culture, disseminated by social relations, contributes to the understanding of the theory of social representations of Moscovici (2003). The potential economic, social and cultural legacies, as well as the infrastructure that the city will receive to host this mega event, will transform the urban territory and contribute to the emergence of new social representations, expressed by the territoriality of socio-spatial actors, analysed using the Speech of Collective Subject methodology, as suggested by Lefevre and Lefevre (2010).

**Keywords** | Sport, Tourism, Sport mega events, Social representations.

\* **Doutor em Ciências da Comunicação** pela Universidade de São Paulo (USP), Brasil. **Professor** do Curso de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFPR).

\*\* **Doutorando** no Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFPR), Brasil. **Professor Substituto** do Departamento de Turismo (UFPR).

## 1. Introdução

Impactos das mais variadas naturezas ocasionam transformações de ordem material e não material nas relações sociais, possibilitando ao Homem complexas reflexões sobre o mundo. A partir dessas reflexões, este trabalho busca uma interação entre esporte e turismo, com ênfase nos megaeventos e seus impactos nos territórios, abordados por uma leitura das relações sociais e culturais no âmbito da Geografia. Tal análise, sob perspectiva da Geografia Cultural, entende o sujeito das relações espaciais como portador de elementos culturais delineados dentro do seu espaço, por suas territorialidades e representações sociais. A metodologia deste trabalho consistiu em revisão bibliográfica sobre o tema para compreender o fenômeno esportivo e turístico e suas implicações na sociedade. Utilizou-se uma abordagem cultural da Geografia e a Teoria das Representações Sociais de Moscovici (2003), para analisar a representação social anterior à realização do megaevento Copa do Mundo de 2014, na cidade-sede Curitiba (Brasil), através das territorialidades construídas pela comunidade do entorno do estádio Joaquim Américo Guimarães.

## 2. Geografia cultural: Um diálogo entre esporte e turismo

Colocar o Homem no centro das preocupações culturais foi fundamental para o surgimento de uma Geografia com abordagem cultural (Corrêa & Rosendahl, 2007). Isto ocorreu a partir dos anos 1970, mas prosseguem os debates epistemológicos e teórico-metodológicos. Segundo Claval (2002), a Geografia Cultural deixou de ser subdomínio da Geografia Humana, posicionando-se no patamar da Geografia Econômica ou da Geografia Política. Essa renovação ocorreu pela valorização da cultura, gerando, segundo Corrêa e Rosendahl (2007, p. 12),

uma crítica às bases da Geografia Cultural vigente, a exemplo das críticas elaboradas por Duncan (2000). Elas surgiram em textos especializados no debate dos fenômenos culturais e a Geografia Cultural emergiu renovada, construída por uma pluralidade de discursos referentes à cultura. Conforme Claval (2002, p. 2),

o objetivo da abordagem cultural é entender a experiência dos homens no meio ambiente e social, compreender a significação que estes impõem ao meio ambiente e ao sentido de suas vidas. A abordagem cultural integra as representações mentais e as reações subjetivas no campo da pesquisa geográfica.

Identificar e entender a Geografia Cultural possibilita analisar o esporte e o turismo como cultura pelas relações entre sujeito e espaço, pela remodelação do urbano perante a sociedade. Com novas indagações teórico-metodológicas, surgem possibilidades de recortes e a Geografia do Esporte é uma delas. Entretanto, muitos ainda resistem à rutura, questionando o objetivo científico da abordagem geográfica esportiva.

As possibilidades de investigação no âmbito geográfico esportivo são diversas, e conforme Bale (2000, s.p.) "*has defined sports geography through description of some the spacial attributes and phenomena associated with sports*". O leque investigativo pode ser balizado pela estruturação do espaço do esporte nos grandes centros urbanos brasileiros, sempre com menos espaços ociosos para a construção de praças esportivas e de lazer. As novas configurações urbano-geográficas permitem caminhos de investigação a partir dessas transformações do espaço. Essa nova Geografia abre perspectivas com a contribuição da Geografia do Turismo, porque o turismo, segmento do terceiro setor da economia, tem aumentado a oferta de produtos no mundo inteiro, aliado ao crescimento da demanda de interessados em viajar e vivenciar novas experiências.

Esse discurso tem sido intensificado pelos economicistas da esfera pública, pela possibilidade de aumento de emprego e renda, movimentando economias locais. Entretanto, existem também impactos negativos que a atividade turística ocasiona, muitas vezes excluídos do discurso economicista.

Para Rodrigues (2000, p. 44), “a chamada Geografia do Turismo no Brasil só muito recentemente tem despertado a atenção de geógrafos”, o que está ligado à importância do turismo no final do século XX. Alguns elementos conceituais da Geografia como paisagem, território e lugar são interpretados como produtos ou atrativos turísticos, e definem componentes da oferta turística. Sendo o turismo uma atividade dinâmica diretamente conectada ao espaço geográfico, está imersa em fatores internos e externos que interferem ou delimitam o espaço, contribuindo para aumentar ou diminuir a demanda turística.

O encadeamento de uma Geografia do Esporte e uma Geografia do Turismo ocorre porque o esporte é considerado atrativo turístico, ocupando e transformando espaços para aumentar a demanda de turistas em determinada área. Esta possibilidade de estudos está canalizada a partir das influências da transformação do espaço urbano, sendo possível investigar a dinâmica sócio espacial pelas configurações geográficas impostas pela criação de equipamentos indiretamente de interesse turístico, para jogos e espetáculos esportivos. É o caso dos megaeventos esportivos. A preparação de uma localidade para um megaevento com modernização, embelezamento e construções massivas, não se reflete apenas nos aspectos físicos do lugar, mas também nos habitantes e visitantes. Pode-se delimitar, então, uma nova Geografia, que subjetivamente pode ser chamada ‘Geografia do Turismo Esportivo’.

O processo de encadeamento do turismo e do esporte no meio urbano pode vincular-se a um megaevento esportivo tendo a cultura como fator preponderante, pois é parte integrante deste resultado. Para Corrêa e Rosendahl (2007, p. 175), “cultura e

urbano são termos profundamente relacionados. A cidade, a rede urbana e o processo de urbanização constituem-se em expressões e condições culturais”. O mapa conceitual (Figura 1) demonstra a interseção da Geografia Cultural, da do Esporte e a do Turismo em uma Geografia do Turismo Esportivo, possibilitando estudos geográficos sobre a dinâmica espacial, com transformações para atender necessidades de turistas e competidores.

A Geografia do Turismo Esportivo coloca o esporte e equipamentos como atrativo turístico, e a oferta de serviços e produtos se desenvolve com o incremento deles, desencadeando aumento do fluxo turístico e desenvolvimento do turismo local.

É o caso do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA, para o qual Curitiba apresentou dossiê de projetos de melhoria de infraestrutura urbana e de um estádio capacitado para os jogos. Ao ser escolhida como sede precisou cumprir exigências, como melhoria da infraestrutura, capacidade de hospedagem e implantação de equipamentos urbanos. Sob uma perspectiva de remodelação urbana para um possível reconhecimento global, as cidades sedes se transformam em canteiros de obras. Curitiba, ao firmar compromisso como cidade sede, está seguindo várias diretrizes, e muitas se refletem nos anseios e devaneios de seus cidadãos.



Figura 1 | Geografia do turismo esportivo.

### 3. Linguagens do cotidiano e construção de representações

As interações entre cultura e linguagem têm efeitos nas relações sociais, com o surgimento de identidades, representações, ideologias, propagação dos discursos produzidos pelas ações mediáticas, e sua reprodução, produção e recepção (Bakhtin, 1998). Todos esses efeitos ocorrem pela linguagem, que possibilita a compreensão das representações sociais, pois pelos discursos do sujeito se compreende sua cultura.

Expressar o pensamento pela linguagem é um dos grandes desafios do homem. A complexidade da linguagem denota o movimento cultural pós-moderno, influenciado pelas tecnologias, meios de comunicação de massa e relações sociais heterogêneas. Moura (2008, p. 8) relata que:

o mundo atual, globalizado está repleto de diferentes linguagens que se proliferam cada vez mais na medida em que se desenvolve a tecnologia. Com isso, se desenvolvem também diferentes maneiras de conceber, de atuar e de transformar o espaço geográfico.

A exteriorização do pensamento é efetuada pela palavra, componente essencial na comunicação, pois em sua função comunicativa é o principal instrumento de interação social.

A socialização permite ao homem absorver as falas do cotidiano, pelo intercâmbio no grupo social e espaço vivido. Cada membro de grupo constitui representações, recebe-as e as transmite na linguagem, referendada por signos, construções sociais. Para Bakhtin (1988), os signos só emergem do processo de interação social quando os indivíduos socialmente organizados formam uma unidade social. A lembrança armazenada no cérebro por meio de uma sonoridade (significante do signo) faz com que cada sujeito visualize uma imagem, uma sonoridade, um conceito previamente formado e guardado no consciente (significado do signo).

A interação entre uma consciência e outra se concretiza pela linguagem e a existência do signo é materialização dessa interação (Bakhtin, 1988). Portanto, as linguagens são criadas para cada tipo de espaço e ganham significados conhecidos por aqueles que deles fazem uso. A palavra ocupa papel de fenômeno ideológico, pois é o meio de comunicação da vida cotidiana. O meio social e as relações sociais influenciam a interação verbal, atribuindo sentido aos enunciados. A interação verbal é de caráter dialógico, todo enunciado é diálogo. Cada sujeito tem a imagem individual de um signo, e a transmite, possibilitando novas representações sociais. A compreensão da linguagem do cotidiano tem abordagem na Geografia Cultural, que remete à interpretação e ao entendimento desses signos, refletindo a construção das representações sociais.

Cada um dos fenômenos, esporte e turismo, contribui para o surgimento da Geografia do Turismo Esportivo. Esta dinâmica ocorre com a construção de equipamentos esportivos e remodelação do urbano para que uma cidade receba um megaevento. Os efeitos dessa transformação nos núcleos urbanos se refletem na linguagem do cotidiano, através do dialogismo e contribui para o surgimento de novos enunciados. O sujeito viabiliza sua representação através da imagem e signos que emergem das interações sociais construindo novas representações sociais.

Assim, as representações são construídas pelo imaginário, sobre dados da realidade, e a elas atribuídos significados. Essa construção de representações não necessariamente corresponde à realidade, mas têm conexão com ela. Segundo Kozel (2002) o conhecimento pela construção de imagens é gerado por processos provenientes da percepção sensível, do conhecimento imaginário e abstrato, e da internalização de discursos, ou dialogismo, sob o olhar bakhtiniano.

### 4. A teoria das representações sociais

As representações sociais têm seus conceitos balizados na teoria de Serge Moscovici (2003), que

se baseou na gênese das representações coletivas. Para Moscovici (2003, pp. 17-18):

a representação social é uma modalidade particular do conhecimento, cuja função é a elaboração dos comportamentos e a comunicação entre indivíduos. A representação é um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas graças às quais os homens fazem inteligível a realidade física e social, integram-se em um grupo ou em uma relação cotidiana de intercâmbios, liberam os poderes de sua imaginação.

As regras que regem o pensamento social fazem com que a teoria das representações sociais tenha êxito, interessada pelos fenômenos coletivos e pelo pensamento social. O estudo do conhecimento ingênuo, de 'senso comum', tem características nas crenças e credências da sabedoria popular, essenciais para a teoria das representações sociais.

Moscovici (2003) reflete sobre o pensamento coletivo e o individual, a realidade concreta, que exerce pressão e força, orientando as pessoas a fazer o que fazem. A visão de mundo e os pensamentos influenciados pelos meios de comunicação e sociabilidade local são indispensáveis para a dinâmica das interações sociais. O senso comum, ditado pelas circunstâncias e valores de quem o produz consiste em crenças de determinado grupo social.

A visão do conhecimento popular produz pensamentos sobre determinados objetos, que motivam a representação social, podendo ser uma pessoa, uma ideia, um fenômeno, um acontecimento, e dará condições ao sujeito de elaborar sua representação. Gil Filho (2005, p. 56-57) coloca que as ciências tratam especialmente do universo reificado, sendo as representações parte do universo consensual. O discurso científico do século XX marca a rutura com o senso comum, imergindo um conflito dentro de dois universos de conhecimento: o reificado e o consensual (Gil Filho, 2005). O universo reificado é voltado para o saber científico, ditando a forma como a sociedade entende diferentes objetos, e o universo consensual é centralizado no senso comum, referindo-se à forma

como os objetos definidos pelo universo reificado são incorporados ao conhecimento já existente em indivíduos e grupos (Bargenter, 1995).

Esses dois mundos estão em interseção e, segundo Gil Filho (2005), pelas representações sociais é possível analisar o mundo do universo banal, decodificando o ser no espaço. Essa é a Geografia das Representações, que emerge do conhecimento simbólico, materializado pelo sujeito e suas relações sociais. As linguagens do cotidiano, por meio da elaboração de signos diversos, circulam, modificam, transformam-se no imaginário social.

As representações estão presentes em todas as manifestações da cultura, surgindo entre as interações humanas, não sendo criadas por indivíduos isolados, mas em contexto social (Moscovici, 2003). Sua noção é situada por Jodelet (1990) no ponto de intersecção do psicológico e do social, como conhecimento do senso comum, saber socialmente elaborado e partilhado, com funções de orientação da comunicação e de condutas sociais em que sujeito e realidade se transformam.

Pelo conhecimento identificado pelas relações de sociabilidade, o sujeito vivencia e conhece a realidade do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014. Pelos discursos dos meios de comunicação e interação no cotidiano, reflete práticas sociais, constrói e cria representações, tendo como tema o esporte, o turismo, o megaevento e seus impactos.

## 5. Análise dos resultados

Com a definição da cidade de Curitiba como uma das sedes do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014, surgiram questionamentos a delinear esta pesquisa: Quais as percepções da população de entorno ao estádio Joaquim Américo Guimarães face às expectativas definidas pelo megaevento, que anunciam oportunidades de investimento em infraestrutura básica e turística? Os investimentos serão maximizados para a população local? O que o megaevento representa para essa comunidade?

Os sujeitos da pesquisa foram selecionados entre empresários de alimentos e bebidas, e a eles aplicados a entrevista semiestruturada, adequada ao caráter qualitativo. Pretendeu-se criar um diálogo, procurando coletar referenciais que possibilitassem análise e extração das representações. Na análise das entrevistas foram empregados os recursos do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) (Lefreve & Lefreve, 2003) com fundamentos teóricos nas representações sociais. O uso da entrevista semiestruturada, com questões abertas, objetivou visualizar o pensamento enquanto fato social e discursivo internalizado. O objetivo central da análise do discurso é compreender na fala social do sujeito um discurso da coletividade, um depoimento de ator social constituído (Lefreve & Lefreve, 2003). A utilização do método qualitativo, com a abordagem da análise do DSC apresentou-se como instrumental importante, pois se destacaram na fala deste sujeito social alguns operadores: expressões-chave; ideias centrais; ancoragens; e o DSC.

Foram encontradas nas expressões-chave as ideias centrais, que descrevem de maneira minuciosa e sintética o DSC, identificando semelhanças e permitindo identificar posicionamentos e linguagens contidos nos diversos depoimentos.

A proposta desta técnica é coletar os depoimentos, normalmente redigidos em primeira pessoa do singular, que produz nos recetores o efeito de opinião coletiva e destaca-se como representação

social, expressa na fala de um sujeito do discurso.

A primeira questão indagava a opinião dos entrevistados se a Copa do Mundo traria mais investimentos no esporte ou no turismo para Curitiba (Quadro 1). É possível observar que todos os entrevistados colocaram que este megaevento traria investimento para o turismo e não para o esporte.

O quadro 1 foi organizado tendo como análise a identificação ou expressão-chave, de onde se obteve a ideia central e ancoragem do DSC. Tem-se como destaque investimentos e retorno para o turismo, identificando que o esporte não será beneficiado, citando-se apenas o Clube de Futebol Atlético Paranaense. Foi possível observar que os entrevistados percebem que o evento e os investimentos são temporários e supostamente haverá concentração de turistas durante o megaevento, mas o Estado estará preterindo outras áreas como saúde, educação, etc., para investir no megaevento.

Através das representações sociais construídas pelos entrevistados, foi possível observar que consideram como maior beneficiado o Clube Atlético Paranaense com a conclusão de sua arena esportiva. A fala dos sujeitos entrevistados revelou a preocupação de que estaria havendo além do benefício para um clube particular, investimentos de grande monta para um evento temporário, que irá sediar apenas quatro jogos.

A segunda questão foi apresentada no sentido de visualizar a opinião sobre a Copa do Mundo ser importante para Curitiba (Quadro 2).

#### Quadro 1 | Respostas dos entrevistados à questão 'O megaevento traz investimento para o turismo ou o esporte?'

DSC
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) O investimento na cidade em função do megaevento Copa do Mundo traz oportunidades para o turismo. Para o esporte nada irá acontecer.</li> <li>2) Somente o turismo é beneficiado com o megaevento.</li> <li>3) O turismo receberá mais investimento.</li> <li>4) Somente o turismo irá crescer com os investimentos. No esporte não há investimento.</li> <li>5) Haverá investimento no esporte e turismo, e principalmente nas cidades turísticas do Estado.</li> <li>6) Haverá retorno somente para o turismo consolidando a imagem da cidade, que não tem perfil para o esporte.</li> <li>7) A Copa do Mundo traz retorno somente para o turismo e outras áreas deixam de receber investimento como educação, saúde, etc.</li> <li>8) Investimento e retorno somente para o turismo num curto período de tempo.</li> <li>9) Investimento para o turismo, de maneira temporária, sem previsão de retorno para arcar com os custos das obras.</li> <li>10) A Copa do Mundo não trará investimento no turismo e esporte. Somente o Clube Atlético Paranaense irá lucrar com o megaevento.</li> <li>11) A movimentação de turistas será concentrada apenas durante a Copa do Mundo.</li> </ol>

Fonte: Elaboração própria.

## Quadro 2 | Respostas dos entrevistados à questão 'A Copa do Mundo é importante para a cidade de Curitiba?'

DSC
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) É importante para a melhoria da cidade.</li> <li>2) Não é importante para a cidade, pois é um benefício temporário. Os investimentos se concentram em obras particulares como o estádio deixa de se investir em outras áreas como saúde.</li> <li>3) O evento não é importante, mas irá colocar a cidade em evidência. Os comerciantes terão prejuízos, pois nos dias de evento terão de fechar suas portas.</li> <li>4) A Copa do Mundo é importante, pois irá colocar a cidade em evidência e isso irá atrair turistas. Entretanto, será necessário investimento na infraestrutura urbana.</li> <li>5) A Copa do Mundo é importante não somente para Curitiba, mas para outras cidades da região.</li> <li>6) O megaevento é importante para a cidade, pois haverá investimentos e alguns legados ficarão para a população.</li> <li>7) É importante pelos investimentos que a cidade irá receber.</li> <li>8) O evento não é importante, pois gera desconforto para alguns como desapropriações e transtornos para os moradores do bairro. Os investimentos em infraestrutura se concentram em outros bairros. Curitiba irá receber apenas três ou quatro jogos sem importância, os mais importantes serão realizados em outras cidades do país.</li> <li>9) A Copa do Mundo não é importante, pois existe desvio de verbas e os principais jogos não serão realizados em Curitiba.</li> <li>10) O megaevento não é importante, pois foi provado em outros locais do mundo onde aconteceu os investimentos não beneficiaram a população.</li> <li>11) É importante para a cidade, mas não poderão ser esquecidos os moradores do entorno do Estádio.</li> </ol>

Fonte: Elaboração própria.

Foram identificados discursos sínteses que apontaram uma preocupação geral sobre os investimentos. Verificou-se que os entrevistados percebem um investimento para três ou quatro jogos sem importância dentro do cronograma da Copa do Mundo. Destaca-se a preocupação com possíveis desvios de verbas, e que a população da cidade não será beneficiada com as obras. Ainda citam-se as desapropriações como um dos problemas da realização do megaevento.

Por outro, embora em menor número, citou-se a importância do megaevento para Curitiba pelos investimentos que a cidade poderia receber, juntamente com outras cidades da região que serão valorizadas, auferindo lucros. Os Governos locais se apoiam neste discurso para justificar a realização dos jogos, indo de encontro às representações construídas pela sociedade.

A terceira questão aberta indagou o tipo de benefícios que o megaevento poderá trazer para o bairro (Quadro 3).

## Quadro 3 | Respostas dos entrevistados à questão 'Que tipos de benefícios o megaevento poderá trazer para o bairro?'

DSC
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) O megaevento irá trazer melhorias urbanas para o bairro.</li> <li>2) A Copa do Mundo não irá trazer nenhuma melhoria para o bairro, somente para o Estádio e o comércio terá de arcar com prejuízos, pois não poderá vender bebidas alcoólicas.</li> <li>3) O megaevento não trará nenhum tipo de melhoria.</li> <li>4) O megaevento irá trazer melhorias na infraestrutura urbana.</li> <li>5) O megaevento irá trazer melhorias na infraestrutura urbana e haverá investimentos pelos empresários locais em seus negócios.</li> <li>6) O megaevento trará investimento no meio urbano e com a vinda de turistas os empresários locais desenvolverão empreendedorismo, melhorando a mão-de-obra com capacitação e a cidade terá um grande legado após o evento.</li> <li>7) O megaevento trará investimento de infraestrutura urbana para o bairro, entretanto somente haverá três ou quatro jogos em Curitiba.</li> <li>8) O megaevento não trará investimento para o bairro em infraestrutura, somente para outros. Os empresários locais ficarão endividados com os investimentos para um evento temporário.</li> <li>9) A Copa do Mundo somente trará benefícios aos políticos e alguns moradores terão problemas com a desapropriação de seus imóveis.</li> <li>10) Não trará nenhum benefício, pois não existe projeto de urbanização. Apenas um grande transtorno com as desapropriações.</li> </ol>

Fonte: Elaboração própria.



Boa parte dos entrevistados acha que o megaevento trará benefícios ao bairro porque ele está sendo remodelado no plano urbanístico. Noutro discurso foi possível identificar que o grande beneficiário da Copa do Mundo será o Clube Atlético Paranaense, recebendo investimentos e tendo a metragem de terreno e imóveis aumentada, em função da desapropriação de residências vizinhas.

Outros entendem que o megaevento trouxe benefícios aos políticos, numa crítica ao sistema. Alguns entrevistados ainda revelam a preocupação com os tipos de benefícios que o bairro receberá, colocando em cheque o sucesso do megaevento e demonstraram enxergar perda de lucratividade nos negócios.

A última questão aberta se refere aos tipos de transtorno que o bairro pode sofrer com a Copa do Mundo (Quadro 4).

Foram identificados: preocupação com as desapropriações dos imóveis; transtorno no remodelamento urbanístico; transformação da praça em estacionamento; perda de lucratividade dos comerciantes e especulação imobiliária no bairro Rebouças. Nestas representações a territorialidade é expressa pelos anseios e devaneios com relação à Copa do Mundo dentro do território. Para Haesbaert (2007, p. 22), “as territorialidades como espaço vivido mesclam a territorialidade com materialidade

e imaterialidade. O território, neste caso, adquire carga funcional e simbólica”. As representações da comunidade possuem diferentes territorialidades, variando de ator para ator. Cada um constitui sua territorialidade através de sua representação social. Estes são os resultados obtidos com a análise destas representações. Elas poderão sofrer transformações de acordo com os acontecimentos do megaevento Copa do Mundo de 2014. Os impactos e seus resultados, sejam de remodelações urbanas ou novas diretrizes, podem ocasionar fatos positivos ou negativos no espaço desta população, particularmente a que vive no entorno do local dos jogos, resultando em novas representações.

## 6. Considerações finais

Como ressalva é importante mencionar que não foi possível definir efetivamente as repercussões da Copa do Mundo de Futebol da FIFA em Curitiba, porque o megaevento ocorrerá em julho de 2014, e a pesquisa foi realizada em janeiro de 2013. Uma das dificuldades foi desenvolver a compreensão do tema vinculando o fenômeno esportivo ao turístico, com impactos socio-espaciais e culturais sob um olhar

**Quadro 4** | Respostas dos entrevistados à questão ‘Que tipos de transtorno o bairro poderá sofrer com a realização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014?’

DSC
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Existirão transtornos pré-evento e prejuízos para o comércio na realização de obras de infraestrutura.</li> <li>2) Para a realização da Copa do Mundo em Curitiba existem os transtornos da desapropriação de imóveis e durante os jogos a proibição de qualquer tipo de comércio.</li> <li>3) Nos dias de jogos da Copa do Mundo a falta de acesso de clientes ao comércio local com prejuízos financeiros, aliado à falta de informações das autoridades competentes.</li> <li>4) Durante a Copa do Mundo haverá infraestrutura, mas durante os outros dias não existe investimento e serviços para a comunidade; nos dias de jogos haverá prejuízos aos comerciantes locais.</li> <li>5) Só haverá transtorno durante a preparação da cidade para a Copa do Mundo.</li> <li>6) O maior desconforto será a desapropriação de imóveis.</li> <li>7) Transtorno em transformação da praça em estacionamento e desapropriação de imóveis.</li> <li>8) Há especulação imobiliária no bairro e alguns comerciantes estão investindo em seus negócios sem garantia de retorno.</li> <li>9) O megaevento irá ocasionar uma série de transtornos urbanos no bairro</li> <li>10) A Copa do Mundo irá trazer transtornos urbanos também com a desapropriação de imóveis.</li> <li>11) A Copa do Mundo irá trazer transtornos como desapropriação de imóveis e perdas financeiras por não poder abrir o comércio em dia de jogos.</li> </ol>

Fonte: Elaboração própria.



geográfico. Ela foi superada por leituras distintas, mas ainda se indaga sobre o desenvolvimento de uma Geografia do Turismo Esportivo. Este trabalho baseou-se nos pressupostos da análise epistemológica geográfica sob uma abordagem cultural referendada nos teóricos da Geografia do Esporte e do Turismo. Esta abordagem está delineada em aporte teórico da filosofia da linguagem e da representação social, que forneceram elementos para a compreensão do Megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014, na cidade sede Curitiba, como objeto de análise para o desenvolvimento de representações sociais distintas. Estas são as representações criadas e recriadas no âmbito das relações sociais, referendadas através de sujeitos da coletividade ao proferir discursos de entendimento e visão de mundo.

Convém salientar que o objeto pesquisado foi confirmado quando refere que o megaevento Copa do Mundo trará transtornos para a população local através das representações sociais da coletividade. Considera-se que o problema da pesquisa foi respondido pela confirmação das representações visualizadas nas entrevistas, por um sujeito coletivo. Estes elementos podem variar em função dos projetos e do entendimento da população local sobre o megaevento.

As cidades-sede apresentam projetos de intervenção urbana, remodelação ou construção de arenas esportivas, e ao mesmo tempo em que recebem investimentos anteriores ao evento, o Estado recebe severas críticas da sociedade, face aos possíveis desvios de verbas públicas, transtornos durante as obras e dúvidas sobre os estádios se tornarem 'elefantes brancos'. As arenas esportivas sem projetos definidos para pós-realização do mundial, junto à especulação imobiliária, desapropriação de imóveis, falta de investimentos em áreas mais necessitadas como saúde, educação, moradia, saneamento básico e infraestrutura em locais menos privilegiados, contribuem para a criação de representações.

Estas críticas são disseminadas pelos diversos meios de comunicação, nas relações sociais e repercutem na sociedade gerando representações diversas, principalmente nas pessoas que estão direta ou indiretamente ligadas à realização do megaevento. Estas representações foram confirmadas nas entrevistas junto às pessoas afetadas diretamente no cenário dos jogos do campeonato mundial em solo paranaense, no entorno da arena esportiva pertencente ao Clube Atlético Paranaense.

### Referências bibliográficas

- Bale, J. (2000). *Sportscapes*. Sheffield: Geographical Association.
- Bakhtin, M. (1988). *Marxismo e filosofia da linguagem: Problemas fundamentais do método sociológico na ciência e na linguagem* (3.ª ed.). São Paulo: HUCITEC
- Bargenter, A. (1995). Rethinking the relation between science and common sense: A comment on the current state of social representation theory. *Paperson Social Representations*, 4, 1-18.
- Claval, P. (2002). A volta do cultural na geografia. *Mercator: Revista de Geografia da UFC*, 1, 2-15.
- Corrêa, R., & Rosendahl, Z. (2007). Geografia cultural: Introduzindo a temática, os textos e uma agenda. In R. Corrêa (Ed.), *Introdução a geografia cultural* (pp. 9-18). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Ducan, J. (2000). A paisagem como sistema de criação de signos. In R. Corrêa (Ed.), *Paisagem, textos e identidade* (pp. 30-46). Rio de Janeiro: Editora UERJ.
- Gil Filho, S. (1996). *Geografia cultural: Estrutura e primado das representações* (Vol. 3). Rio de Janeiro: Espaço e Cultura.
- Haesbaert, R. (2007). Território e multiterritorialidade: Um debate. *GEOgraphia*, 17, 19-46.
- Jodelet, D. (1990). Représentations sociale: Phenomena, concept et théorie. In S. Moscovici (Ed.), *Psychologies sociale* (pp. 17-44). Paris: Presses Universitaires de France.
- Kozel, S. (2002). As representações no geográfico. In S. Kozel & F. Mendonça (Eds), *Elementos de epistemologia da geografia contemporânea* (pp. 215-232). Curitiba: UFPR.
- Lefreve, F., & Lefreve, A. M. C. (2003). *O discurso do sujeito coletivo: Um novo enfoque em pesquisa qualitativa*. Caxias do Sul: EDUCS.
- Moscovici, S. (2003). *Representações sociais: Investigações em psicologia social*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Moura, N. (2008). *Onlinegeografar*. Acedido em 5 de maio de 2010, disponível em <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/geografar/issue/view/779>
- Rodrigues, A. (2000). Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In A. Rodrigues (Ed.), *Turismo e desenvolvimento local* (2.ª ed., pp. 28-49) São Paulo: Hucitec.