

## **Pós-Copa do Mundo de Futebol da FIFA no Brasil: legado (?) para o turismo esportivo**

### **FIFA World Cup in Brazil: legacy (?) for sports tourism**

Izac de Oliveira Belino Bonfim (BONFIM, I. de O. B.)<sup>\*</sup> e  
Margarete Araújo Teles (TELES, M. A.)<sup>\*\*</sup>

**RESUMO** - Este trabalho tem como objetivo identificar a territorialidade do futebol brasileiro através de uma análise socioespacial a partir da sua evolução no Brasil, sob uma perspectiva escalar dentro de uma análise territorial política e administrativa. A partir da revisão de literatura, dados comparativos e evolutivos do Campeonato Brasileiro Série A nos anos de 2014 e 2015, foi possível identificar existir um território do futebol no Brasil concentrado nas regiões Sudeste e Sul do país. Estas duas regiões estavam concentrando o mundo do futebol e o seu espetáculo esportivo vinculado ao turismo de eventos esportivos no território nacional.

Palavras-chave: Turismo; Território do Futebol; Turismo de Eventos Esportivos; Copa do Mundo.

**ABSTRACT** - This work aims to identify the territoriality of Brazilian soccer through a socio-spatial analysis based on its evolution in Brazil, from a scalar perspective within a political and administrative territorial analysis. From the literature review, comparative and evolutionary data of the Brazilian Championship Series A in the years 2014 and 2015, it was possible to identify a soccer territory in Brazil concentrated in the Southeast and South regions of the country. These two regions were concentrating the world of football and its sports spectacle linked to the tourism of sporting events in the national territory.

Key words: Tourism; Territory of Football; Tourism of Sporting Events; World Cup.

---

\* Formação: Graduação em Turismo pela Faculdades Integradas Curitiba, Especialização em Magistério Superior pela Faculdade Internacional de Curitiba, Mestrado e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atividade profissional: Professor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), junto ao curso de graduação em Turismo e Geografia. Membro do grupo de pesquisa Turismo e Sociedade (CNPq), Turismo e suas aplicações (CNPq). Endereço físico para correspondência: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Rua Oscar Trindade de Barros, 740 - Serraria - Unidade II. CEP: 79200-000 – Aquidauana – Mato Grosso do Sul/MS – Brasil. E-mail: izacbonfim@outlook.com

\*\* Formação: Graduação em Turismo, Licenciatura e Bacharelado em Geografia, Especialização em Marketing Empresarial e Mestrado e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atividade profissional: Professora do Curso de Turismo (UFPR). Atua em cursos de graduação e pós-graduação Stritu Senso e Latu Senso em Turismo, e em projetos e programas de extensão desde 1998. Endereço físico para correspondência: Departamento de Turismo (UFPR). Travessa Alfredo Bufren 405 (3º andar). CEP: 80.060-140 - Curitiba – Paraná/PR – Brasil. E-mail: margateles@ufpr.br

## 1 INTRODUÇÃO

A Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 no Brasil, segundo dados do Ministério do Turismo – MTUR, atraiu para o país cerca de 1 milhão de estrangeiros de 203 países e rendeu cerca de US\$ 1,58 bilhão em divisas para o país (BRASIL, 2015). Os resultados da demanda turística junto com a movimentação da cadeia produtiva do turismo relacionada ao megaevento esportivo Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014, além da organização dos Jogos Mundiais Militares de 2011 e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016, neste sentido, colocaram o Brasil no cenário do turismo esportivo mundial.

O turismo esportivo não é um segmento recente, pois o mesmo está vinculado ao desenvolvimento histórico social e cultural do esporte. Bracht (2011, p. 17) argumenta que: “o esporte é um dos fenômenos mais expressivos da atualidade. Sem dúvida, o esporte faz parte hoje, de uma ou de outra forma, da vida da maioria das pessoas em todo o mundo”.

Os esportes são considerados um dos fenômenos socioculturais mais importantes que se disseminaram no 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.

No território brasileiro existe uma grande variedade de modalidades esportivas sendo praticadas e difundidas pelas confederações esportivas, Estado e empresas do segmento esportivo. As competições e eventos esportivos entram no rol de políticas públicas municipais no segmento educacional e de rendimento esportivo, possibilitando para muitos territórios uma alternativa para se trabalhar os efeitos da sazonalidade turística.

Dentre os vários esportes que são praticados no Brasil, a modalidade esportiva futebol é um dos esportes mais populares e difundidos em todas as regiões do território nacional. O esporte na sua modalidade futebol, para grande parte da população brasileira, é um referencial de lazer, tanto que este se manifesta através de atividades coletivas ou não, ou mesmo, para muitos, como meros espectadores ou como participantes em suas práticas.

Tem um simbolismo cultural muito forte na sociedade, pois atinge todas as classes sociais, homens, mulheres e crianças, através de um consumo de mercadorias vinculadas a temática esportiva. Este fenômeno tem suas origens na cultura europeia, o qual segundo Bracht (2011, p. 21) “resultou de um processo de modificação, de esportivização de elementos da cultura corporal de movimento das classes populares inglesas, como os jogos populares, cujos exemplos mais citados são os inúmeros jogos com bola”.

Tendo como referência os jogos de bola, o futebol, dentre aqueles que estão mais presentes na atualidade, é um dos esportes coletivos mais desenvolvidos, tendo em vista sua organização global. De acordo com dados da World Soccer o Brasil possui a 5<sup>a</sup> maior liga e aparece em 13<sup>o</sup> lugar, com uma média de 13 mil espectadores por jogo<sup>1</sup>, tendo campeonatos oficiais (eventos esportivos) estruturados no território nacional e em nível estadual.

O Brasil é conhecido oficialmente como o país do futebol sendo o único país pentacampeão do mundo e com o advento da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 melhorou a sua infraestrutura de arenas esportivas possibilitando oferecer pós-mundial serviços de qualidade visando o desenvolvimento e crescimento do turismo esportivo vinculado ao segmento futebolístico.

Neste sentido, este trabalho teve como finalidade identificar o território das arenas esportivas que foram concebidas para a Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 e a sua contribuição para o desenvolvimento do turismo esportivo no território brasileiro vinculado a evolução da territorialidade do fenômeno futebolístico no país.

A metodologia empregada consistiu na análise de fontes primárias e secundárias mediante levantamento e diálogo com referenciais bibliográficos na interdisciplinaridade do turismo, sociologia e geografia, bem como a compreensão do fenômeno futebolístico através de sua realidade vigente, elucidando compreender a sua importância do ponto de vista do segmento do turismo esportivo, na perspectiva de um recorte escalar baseado na divisão político-administrativa brasileira.

---

<sup>1</sup> GLOBO.COM. Brasil tem quinta melhor liga de futebol do mundo. Alemanha é líder. Disponível em: <<http://goo.gl/dHg8oB>>. Acesso em: 21/03/2016.

## 2 TURISMO ESPORTIVO

O turismo esportivo não é um segmento recente, pois o mesmo está correlacionado há alguns fatos da história mundial, entre elas a Revolução Industrial e o surgimento dos Jogos Olímpicos da Era Moderna. A revolução industrial mudou significativamente os modos de produção de um modelo artesanal para um sistema fabril capitalista e com isso o campo passou a ser o fornecedor de matéria prima. A estrutura da sociedade foi alterada, pois as cidades receberam um grande número de camponeses em busca de oportunidades de trabalho em função do desenvolvimento das atividades industriais e da prestação de serviços. O novo sistema de produção capitalista exigiu muito dos trabalhadores nas indústrias que surgiram por toda a Europa e com isso iniciou-se um movimento dos trabalhadores em busca de melhores condições de trabalho e poder de compra. Com o tempo muitos direitos foram adquiridos, entre eles o descanso semanal e o número de horas de trabalho diário nas fábricas contribuindo para o aumento da duração do tempo de lazer. (HOBSBAWM, 2001).

As evoluções dos meios de transporte com a introdução da máquina a vapor proporcionaram a essa nova sociedade urbana a oportunidade de se locomover oportunizando viagens no tempo livre. Coincidentemente, os Jogos Olímpicos da Era Moderna tiveram a sua primeira edição no ano de 1896 na confluência entre o segundo e terceiro momento da Revolução Industrial onde houve um aumento do tempo livre dos trabalhadores. Neste sentido, os inícios dos Jogos da Era Moderna contribuíram para o desenvolvimento do turismo esportivo. Nesta linha de raciocínio, corroboram Carvalho e Lourenço (2008, p. 2) os quais colocam que:

Nas suas formas contemporâneas pode dizer-se que Desporto e Turismo tiveram origem na revolução industrial e mantêm, desde essa época, uma evolução individualizada, mas com um paralelismo muito interessante.

O turismo esportivo seria então, o deslocamento de pessoas para lugares com atrativos turísticos correlacionados a atividades esportivas, com a finalidade de participar ativamente ou não, ou apenas como espectadores. De acordo com Standeven, Deknop (1999, p. 12), em seus estudos sobre o turismo e esporte, definiram o turismo esportivo “como todas as formas de viagens ocasionais ou organizadas, com fins

comerciais ou não comerciais com a finalidade de participação ativa ou passiva em atividades esportivas”.

Além dessa visão tradicional, outros pesquisadores propõem um estudo mais aprofundado sobre as motivações das viagens relacionadas ao esporte. Gibson (1998) propõe um olhar sobre três domínios definidos em três categorias distintas, sendo a primeira definida como o turismo esportivo ativo, quando existe um deslocamento com finalidade de participar ativamente de atividades esportivas por recreação ou competição; a segunda nomeada de turismo de eventos esportivos, na qual nesta perspectiva o turista se desloca para participar apenas como espectador de campeonatos e eventos esportivos; a terceira está definida como turismo de nostalgia esportivo, ou seja, quando existe um deslocamento com motivações relacionadas a visitas a museus, arenas, casas de memória entre outros monumentos relacionados ao mundo esportivo. As três categorias têm contribuído para o movimento da cadeia produtiva do turismo ensejando o desenvolvimento local, mas, de acordo com Horne e Manzenreiter, 2006 *apud* Molina (2015, p. 34)<sup>2</sup>, os megaeventos esportivos estão na ordem de prioridade de muitos governantes, pois estes:

[...] vêm, cada vez mais, adquirindo novas dimensões em termos espaciais, de atração de pessoas, investimentos, escala de abrangência e visibilidade devido, basicamente, ao desenvolvimento dos transportes, da tecnologia de comunicação (sobretudo televisiva), e dos negócios transnacionais (principalmente as alianças envolvendo patrocinadores e direitos de transmissão); ao mesmo tempo, presencia-se um maior entusiasmo tanto dos participantes como dos governantes dos lugares e países que os sediam em função das oportunidades que os mesmos representam às cidades e regiões onde ocorrem.

Assim, destaca-se que as atenções para o desenvolvimento do turismo esportivo acabam por prioridade sendo concentradas na segunda categoria proposta por Gibson (1998) no que se refere a turismo de eventos esportivos. Ross (2001, p. 5), coloca que “grande parte das pesquisas na área do turismo de eventos esportivos se concentrou sobre os impactos econômicos sobre a comunidade local”, ainda referenda que “estas pesquisas são as menos compreendidas na área do turismo de eventos esportivos”, pois no seu entendimento “tornaram-se um elemento no arsenal de políticos, planejadores e

---

<sup>2</sup> HORNE, J.; MANZEREITER, W. An introduction to the sociology of sports mega-events. In.: \_\_\_\_\_. **Sports mega-events: social scientific analyses of a global phenomenon**. Oxford: Blackwell, 2006, p. 1-24.

econômicas que procuram meios para se regenerar as economias locais”. Este modelo não foi diferente com o megaevento esportivo da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 no Brasil, onde 12 (doze) cidades foram selecionadas como sedes.

### **3 A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DA FIFA 2014 NO BRASIL**

A história da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 no Brasil começou nos bastidores políticos do mês de agosto do ano 2000, quando então o Comitê executivo da FIFA decidiu pelo continente sul-americano em função do sistema de rodízio. O objeto do sistema de rodízio foi um revezamento entre os continentes e suas confederações. A decisão dos continentes sedes para a Copa do Mundo de 2010 e 2014 gerou uma série de expectativas nos agentes sociais. Esta decisão disseminada pela mídia provocou políticos e empresários dos países a serem sedes a repensarem em seus negócios e nos possíveis lucros que um megaevento desta magnitude afetaria seus territórios políticos e econômicos. Neste sentido corrobora Marchi Junior *et al.* (2014, p. 712) ao mencionarem que “não podemos negar que, por detrás dessa conjuntura, reside o desejo de expandir os mercados de consumo e garantir significativo retorno aos parceiros comerciais da FIFA”.

De acordo com o *site* de notícias Quadro de Medalhas<sup>3</sup>: “inicialmente, 18 (dezoito) cidades brasileiras se candidataram a ser sede dos Jogos da Copa do Mundo de 2014”, mas através dos critérios da FIFA se exigia no máximo de 10 (dez) a 12 (doze) cidades. As expectativas de uma cidade postulante (candidata) a sede reside na representação dos futuros investimentos financeiros em projetos urbanísticos focados para a organização do evento, bem como possibilidade de servir como uma espécie de vitrine dentro do sistema capitalista mundial e na residência dos discursos sobre os ‘legados’ que seriam herdados para o território. E os estádios foram definidos conforme os projetos apresentados à FIFA, entretanto pode-se afirmar que a definição das cidades sedes não seguiu uma lógica sobre a espacialidade do território do futebol brasileiro, mesmo dentro de um critério estabelecido num triênio, decênio ou outro tipo de dados

---

<sup>3</sup> QUADRO DE MEDALHAS. Cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 no Brasil. Disponível em: <<http://goo.gl/qrw3TD>>. Acesso em: 17/01/2016.

estatísticos sobre o futebol brasileiro para justificar a escolha. Verificou-se que a justificativa estabeleceu critérios que foram questionados pela mídia esportiva antes e posteriormente à definição das cidades sedes, principalmente no que diz respeito aos gastos excessivos e a criação de ‘elefantes brancos’, ou seja, estádios sem uma definição posterior estabelecida ou em cidades que não ensejavam clubes futebolísticos na primeira divisão do campeonato brasileiro de futebol.

De acordo com a FIFA (2008), os seguintes critérios foram levados em consideração: rede hoteleira disponível, sistema de transporte urbano coletivo, segurança pública, infraestrutura do aeroporto, as opções de lazer oferecidas pelas cidades e estados. Além disso, no discurso da FIFA (2008) os projetos dos estádios com as seguintes características foram levados em consideração, tais como: capacidade mínima de 40 (quarenta) mil lugares, a exigência de que todos os espectadores tivessem as suas cadeiras com números individuais e encosto de no mínimo trinta centímetros de altura, banheiros dos estádios arejados, limpos e bem conservados, com número suficiente para a capacidade de cada estádio.

A metodologia empregada pela FIFA em nenhum momento foi divulgada pela entidade para a imprensa e sociedade brasileira, todavia, uma série de questionamentos foi colocada à prova sobre as cidades postulantes não preteridas. Para compreender a lógica da definição da FIFA, um dos possíveis métodos de definição que podem ter sido utilizados, foi o de um estudo comparativo, como por exemplo, o MACBETH (Measuring Attractiveness by a Categorical Based Evaluation Technique), o qual de acordo com Chaves *et al.* (2010, p. 91), “caracteriza-se como um processo iterativo, no qual após a elaboração dos julgamentos sobre as diferenças de atratividade é construída uma escala cardinal de valor sobre o conjunto de alternativas”. Outro método empregado pode ter sido o VIP Analysis (Variable Interdependent Parameters). (CHAVES, 2010). Segundo Chaves *et al.* (2010), esse método tem como objetivo reconhecer quais conclusões são válidas apesar da informação ser imprecisa e, por meio do processo iterativo inerente a metodologia, reduzir a incerteza e as escolhas possíveis ou existentes. Os dois métodos são critérios matemáticos baseados possivelmente nas informações dos projetos entregues pelas cidades postulantes sobre a infraestrutura local, as vistorias técnicas e grau de atratividade dos fluxos turísticos,

entretanto os dois métodos empregados não tiveram relação, como por exemplo, com a espacialidade do território do futebol brasileiro.

As cidades postulantes escolhidas como sedes oficializadas pela FIFA (2008) no ano de 2009 foram Porto Alegre/RS, Curitiba/PR, São Paulo/SP, Rio de Janeiro/RJ, Belo Horizonte/MG, Brasília/DF, Cuiabá/MT, Manaus/AM, Salvador/BA, Recife (São Lourenço da Mata)/PE, Natal/RN e Fortaleza/CE. Essa definição ensejou a construção e/ou reforma de 12 arenas esportivas, mas o que se destaca é que qual seria a contribuição dessas arenas (legados?) das cidades sedes no sentido de uma contribuição para o desenvolvimento do turismo de eventos esportivos relacionado a modalidade esportiva futebol?

#### **4 TERRITÓRIO DO FUTEBOL BRASILEIRO E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS**

O futebol é um dos esportes de rendimento que mais proporciona o espetáculo midiático e carrega consigo um simbolismo cultural muito difundido pelas redes de comunicação de massa. Neste sentido, pelo fato de atrair um expressivo contingente de consumidores e apreciadores, consegue trazer para dentro deste universo um grande número de corporações interessadas em auferir lucros através de sua manifestação. O futebol, neste sentido, carregado de ideologias do universo do consumo também proporciona uma ampliação de oportunidades no mercado de trabalho.

O futebol se apresenta com um cenário de campos espalhados pelas cidades de grande, médio e pequeno porte, em lugares periféricos, nas zonas centrais, rurais e particularmente em espaços improvisados. Sendo um esporte popular, também contribui para que o mesmo seja difundido e praticado em qualquer espaço (como, por exemplo, nas escolas, na praia, nas ruas, nos terrenos ociosos etc.), transformando temporariamente os locais com outras funções e utilidades. Neste vislumar, a bola e o campo têm sua ação concomitante com uma técnica de prática social no espaço geográfico e social.

Desta forma, sintetiza-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 de um local.

Este esporte foi disseminado na cultura brasileira e contribui para criar um produto 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 (2000, p. 2) afirma que o “futebol se faz presente em inúmeras cenas do cotidiano do brasileiro”. O futebol, mais do que prática esportiva, é uma oportunidade prática de se exercitar a cidadania, sendo desejo da coletividade nos diversos espaços.

Neste sentido, Lefebvre (2001) assevera que existe esta produção do espaço a partir de três elementos: através da prática social (espaço percebido pelos indivíduos), notadamente através das representações de espaço (espaço concebido por cientistas, arquitetos, planejadores etc.) e por último balizado através do espaço representacional (espaço diretamente vivido pelos indivíduos). Assim sendo, a espacialidade vivida e socialmente produzida, gera o espaço social associado a uma prática espacial que se expressa através do jogo – o futebol.

Corroborar-se com Lefebvre (1994) na sua afirmação quanto à (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. Baseado nessa propositura, o espaço geográfico no qual se encontra 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, 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 de futebol – que produz o espaço é antes mais vivida do que conceituada.

Baseado na análise do espaço social de Lefebvre aonde se vivencia as relações sociais – se encontra 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.

De acordo com Raffestin (1993), o território é indissociável de poder. A partir desta proposição como referencial, parte-se do pressuposto que toda ação vinculada a um poder, de um determinado sujeito no espaço produz um território. No caso do futebol, a ação de poder dos sujeitos do mundo da bola, em suas diferentes manifestações no espaço, originam diferentes tipos de território, seja ele do jogo, da masculinidade ou outras formas que podem se apresentar. Assim, o território, é considerado atualmente como um espaço definido por um conjunto de relações de poder.

Raffestin (1993 [1980], p. 53) define o território “como um processo de troca ou de comunicação quando, na relação que se estabelece os dois polos fazem face um ao outro ou se confrontam”. As forças que dispõem criam um campo, o do poder. Todavia, ao se tratar de futebol, podem ser visualizadas através das forças de poder exercidas pelos grupos, as coletividades locais que dominam o espaço, ou mesmo o Estado, com suas ações intervencionistas, ou as empresas com suas ações de poder tecnológico e econômico.

Desta forma, o território será considerado um espaço controlado por grupos humanos, produzindo territorialidades específicas, das quais o poder vem se originar. Para Corrêa (2002, p. 252), “a territorialidade refere-se ao conjunto de práticas e suas expressões materiais e simbólicas capazes de garantir a apropriação e permanência de um dado território por um determinado agente social, o Estado, os diferentes grupos sociais e as empresas”.

Além do território, o futebol também está intimamente ligado às emoções dos torcedores. Essas emoções são fortemente vividas no universo do coletivo, na torcida no estádio, ou em um grito de gol com os amigos e amigas na mesa de um bar. Por trás desses sentimentos está o sentimento de amor à camisa, à escuderia do time que por sua vez se liga a um lugar.

Os jogadores e seguidores do futebol, na construção de suas territorialidades 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. Assim, a territorialidade é nada mais que as manifestações sociais dentro do território, no caso identificado pelas representações sociais. É comum em um mesmo núcleo urbano, ou num bairro, ou mesmo em uma rua, visualizar-se vários territórios convivendo simultaneamente.

Em um território a margem da visibilidade global do mundo do futebol pode acabar 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, em face da territorialidade que se faz mediante a projeção de uma cultura futebolística num determinado espaço, este conhecido como: estádios, arenas, campos de futebol amador etc., de maneira a conferir-lhe a condição de território.

De acordo com Santos (1997) ao longo do tempo um território, impregnado de significados, símbolos e imagens, constitui-se em um dado segmento de um espaço que resulta da apropriação e controle por parte de um determinado agente social, um grupo humano, uma empresa ou instituição, como por exemplo, um território do futebol. Sendo assim, configurados como territórios de poder, de controle, dos grandes jogos espetáculos transmitidos pela TV (televisão), dos estádios lotados, dos craques do mundo da bola, atraindo investidores, patrocinadores e espectadores.

Neste contexto, um 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 espacializadas, desta forma é dialético, dentro de um território uno.

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 território controlado pelos agentes do poder seja ele o Estado, as grandes corporações, ou mesmo manifestado por determinados grupos através de suas territorialidades. Uma vez que a

‘indústria esportiva’ concebe o poder materialista e capitalista, vislumbrando possibilidades de extravasar no espetáculo futebolístico, essas territorialidades são incorporadas 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. Este mundo ligado ao esporte futebolístico também contribui para alavancar outro importante segmento da área de serviços – o turismo. A atividade turística se consolida quando novos times profissionais futebolísticos entram no cenário brasileiro configurando novos territórios do futebol, neste sentido, essa análise pode ser observada a partir das mudanças ocorridas através do campeonato brasileiro de futebol Pós Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014.

## **5 ANÁLISE DO TERRITÓRIO DO FUTEBOL BRASILEIRO PÓS-COPA DO MUNDO 2014**

Para realizar uma análise mais complexa do território do futebol brasileiro, optou-se por uma perspectiva inicial de análise escalar política e administrativa. O Brasil enquanto nação está dividida em cinco regiões, propostas pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que são: Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Todas elas possuem times de futebol profissionais em seus espaços territoriais. De acordo com Castro (1992, p. 1) “a análise geográfica dos fenômenos requer a consideração da escala em que eles são percebidos” para ter um ponto de partida a considerar. Neste sentido, ainda de acordo com Castro (1992, p. 1) “a escala tem sua importância para a compreensão da essência de algumas questões com as quais se defrontam os estudiosos da organização espacial”. Sendo assim, identificar como estavam distribuídas as influências dos clubes futebolísticos brasileiros requereu também a compreensão do fenômeno esportivo enquanto os mesmos se distribuem entre territórios desenvolvidos e subdesenvolvidos dentro de uma análise do espaço geográfico brasileiro e qual a sua contribuição para atrair turistas para o espetáculo esportivo.

Todavia, o futebol profissional no Brasil é regido através da Confederação Brasileira de Futebol – CBF - sendo este o órgão máximo do futebol no país. A CBF é a entidade responsável pela organização do campeonato brasileiro de futebol reconhecido como séries A, B, C e D, além de organizar também a Copa do Brasil<sup>4</sup> e outros campeonatos de alcance nacional. Na série A, estão reunidos os primeiros vinte times futebolísticos melhores classificados no território nacional e assim subsequentemente estão os outros times nas séries subsequentes.

O campeonato brasileiro acontece anualmente, sendo que o campeão e o vice-campeão da série A conquista o direito de participar da Copa Libertadores da América no próximo ano – torneio que reúne os melhores times da América do Sul e algumas vezes alguns times convidados da América do Norte (México). Os quatro últimos times futebolísticos que menos pontuaram no campeonato caem para a série B e os quatro primeiros colocados da série B ascendem para a série A.

Da mesma forma acontece entre a série B e C, além da série C para D. Sendo uma associação privada sua principal atividade prestadora de serviços é a produção de eventos esportivos ligados ao mundo do futebol no Brasil. A esta entidade estão diretamente ligadas às federações estaduais e também do Distrito Federal que são responsáveis pelos campeonatos regionais nas Unidades da Federação do Brasil. Assim, os clubes futebolísticos nacionais devem fazer parte das federações estaduais de futebol para poder participar dos eventos esportivos ligados a CBF.

O futebol nacional tem uma história de longa trajetória e vários percursos, todavia, o primeiro campeonato brasileiro está ligado à década de 70. O primeiro campeonato brasileiro foi disputado em 1971 e antes deste período foram organizados outros torneios, como o Torneio Roberto Gomes Pedrosa, a Taça Brasil, o Torneio Nacional de Clubes, o Torneio Rio-São Paulo, dentre outros. O famoso ícone brasileiro – como é conhecido o campeonato brasileiro de futebol – no decorrer de sua história teve várias alterações e problemas que após a sua evolução foram mais bem

---

<sup>4</sup> A Copa do Brasil foi criada em 1989 pela CBF – Confederação Brasileira de Futebol – visando à participação de clubes futebolísticos de todos os estados do território nacional. Inicialmente, quem representava os Estados eram os campeões estaduais e os vice-campeões, contudo, em seu processo histórico, a Copa do Brasil já teve uma série de mudanças, mas a mesma é disputada de forma eliminatória e o campeão do torneio tem direito de vaga na Copa Libertadores da América do ano seguinte.

administrados, principalmente com a questão do regulamento que por vários anos já teve várias reformulações.

Ou seja, o brasileirão é oficialmente o Campeonato Brasileiro de Futebol e está dividido nas séries A, B, C e D. Anteriormente já teve outros nomes como Campeonato Nacional, Copa do Brasil, Copa União e Copa João Havelange e o número de participantes teve uma série de variações no decorrer do seu processo histórico, sendo que na atualidade é composto pelos 20 melhores clubes na série A (reconhecido pela mídia nacional como a elite do futebol brasileiro). Desde o ano de 1971 teve como campeões vários times futebolísticos, como pode ser observado no quadro referencial número 1, e que contribui para estabelecer uma definição do domínio de um território do Futebol Brasileiro concentrado em alguns estados regionais.

QUADRO 1 – CAMPEÕES BRASILEIROS DE FUTEBOL SÉRIE A DESDE 1971-2015

REGIÃO	CAMPEÃO (ANO)	TIMES (VEZES CAMPEÃO)
Sudeste <b>Títulos: 36</b>	2015 / 2014 / 2013 / 2012 / 2011 / 2010 / 2009 / 2008 / 2007 / 2006 / 2005 / 2004 / 2003 / 2002 / 2000 / 1999 / 1998 / 1997 / 1995 / 1994 / 1993 / 1992 / 1991 / 1990 / 1989 / 1986 / 1984 / 1983 / 1982 / 1980 / 1978 / 1977 / 1974 / 1973 / 1972 / 1971	São Paulo (SP) 6 / Corinthians (SP) 6 Flamengo (RJ) 5 / Palmeiras (SP) 4 Vasco da Gama (SP) 4 / Fluminense (RJ) 3 / Cruzeiro (MG) 3 / Santos (SP) 2 / Atlético Mineiro (MG) 1 / Botafogo (RJ) 1 / Guarani (SP) 1
Sul <b>Títulos: 7</b>	2001 / 1996 / 1985 / 1981 / 1979 / 1976 / 1975	Internacional (RS) 3 / Grêmio (RS) 2 Coritiba (PR) 1 / Atlético Paranaense (PR) 1
Nordeste <b>Títulos: 2</b>	1988 / 1987	Bahia (BA) 1 / Sport Recife (PE) 1

FONTE: <http://www.campeoesdofutebol.com.br/brasileiro.html> (2016).

Analisando o quadro número 1, desde o início do Campeonato Brasileiro tem-se 36 títulos de campeões para times da região Sudeste do Brasil, 7 títulos de campeões para times da região Sul e apenas 2 títulos de campeões para a região Nordeste. Com base neste mesmo referencial é possível afirmar que o território do futebol profissional e consequentemente do turismo de eventos esportivos no Brasil é dominado por times futebolísticos posicionados na região Sudeste, onde coincidentemente estavam concentrados 55,2% do Produto Interno Bruto - PIB brasileiro no ano de 2013<sup>5</sup>. No bojo desta análise da dinâmica espacial de distribuição territorial, é possível reconhecer

<sup>5</sup> Últimos dados do PIB (2013) de cada Estado divulgado pelo IBGE em relação ao Brasil.

através do quadro número 2, que desde 1971 quanto às unidades federativas, os campeões brasileiros estão assim distribuídos:

QUADRO 2 – TÍTULOS DE CAMPEÃO POR ESTADO

Estado	Número de Títulos de Campeão	PIB 2013 DO ESTADO - BRASIL
São Paulo	19	32,10%
Rio de Janeiro	13	11,8%
Rio Grande do Sul	5	6,2%
Minas Gerais	4	9,2%
Paraná	2	6,3%
Bahia	1	3,8%
Pernambuco	1	2,7%

FONTES: <<http://goo.gl/8ifZA>>; <<http://www.ibge.gov.br/home/>> (2016).

Novamente se constata que a concentração de títulos de campeões se posiciona nos Estados com maior PIB brasileiro com referência no ano de 2013. Neste sentido, numa análise de concentração de renda através do PIB é onde supostamente existem mais verbas disponíveis para se investir no esporte independente de sua modalidade. Também as regiões com maior concentração populacional equacionam um maior número de torcedores consumistas de produtos esportivos e conseqüentemente o turismo de eventos esportivos, que são a fonte de renda para a manutenção de clubes futebolísticos.

A concentração geográfica nas regiões “Sudeste-Sul” de clubes na série A, tem uma conotação de produção e consumo, pois de acordo com Mascarenhas (2014, p. 189) “o futebol, que antes servia ao Estado autoritário, hoje serve às grandes empresas” e vai além corroborando que “temos uma predominância de clubes metropolitanos e das regiões mais ricas e dinâmicas”. Segundo Correa (2007, p. 62-72) “as diferenças sócio-espaciais são inevitáveis e necessárias ao capitalismo” e é neste sentido que a escala administrativa política é analisada através da predominância de times futebolísticos nas regiões Sul e Sudeste, consideradas as mais desenvolvidas no Brasil. Corrêa (2007, p. 62-72) ainda faz a seguinte reflexão:

Essas diferenças sócio-espaciais constituem simultaneamente reflexo, meio e condição para o funcionamento e reprodução do sistema capitalista. É, assim, funcional ao capitalismo, cuja ação apresenta uma dimensão escalar, resultado de complexas práticas espaciais.

Neste sentido, analisando o território do futebol brasileiro sob a ótica do sistema de reprodução capitalista, a tabela de evolução do Campeonato Brasileiro da Série A de 2014 (Ano da Copa do Mundo de Futebol da FIFA no Brasil) até o atual evento do ano 2016 tem-se a seguinte configuração territorial, como pode ser observada no quadro número 3 abaixo:

QUADRO 3 – EVOLUÇÃO DO CAMPEONATO BRASILEIRO SÉRIE A 2014/2016

ESTADOS	TIMES 2014	TIMES 2015	TIMES 2016	ESTÁDIOS DA COPA DO MUNDO
<b>Região Sul</b> Rio Grande do Sul Santa Catarina Paraná	Grêmio Internacional	Grêmio Internacional	Grêmio Internacional	1- Estádio Beira Rio 2- Arena da Baixada
	Chapecoense Criciúma Figueirense	Chapecoense Figueirense Avaí Joinville	Chapecoense Figueirense	
	Atlético PR Coritiba	Atlético PR Coritiba	Atlético PR Coritiba	
<b>Região Sudeste</b> São Paulo Rio de Janeiro Minas Gerais	Corinthians Palmeiras São Paulo Santos	Corinthians Palmeiras São Paulo Santos Ponte Preta	Corinthians Palmeiras São Paulo Santos Ponte Preta	1- Arena Itaquerão 2- Estádio do Maracanã 3- Estádio Mineirão
	Botafogo Flamengo Fluminense	Vasco da Gama Flamengo	Botafogo Flamengo Fluminense	
	Atlético MG Cruzeiro	Atlético MG Cruzeiro	Atlético MG América MG Cruzeiro	
<b>Região Nordeste</b> Bahia Pernambuco	Bahia Vitória	Nenhum	Vitória	1- Arena Fonte Nova 2- Arena Pernambuco 3- Arena das Dunas 4- Arena Castelão
	Sport Recife	Sport Recife	Sport Recife Santa Cruz	
<b>Região Centro Oeste</b> Goiás	Goiás	Goiás	Nenhum	1- Estádio Nacional de Brasília 2- Arena Pantanal
<b>Região Norte</b>	Nenhum	Nenhum	Nenhum	1- Arena Amazônia

FONTE: <http://www.campeoesdofutebol.com.br/brasileiro.html> (2016).

Neste sentido, de acordo com o quadro 3, constata-se que existiu uma alternância de times de um ano para o outro, face que após o término de cada campeonato brasileiro os últimos quatro times na colocação da série A “caem” para a

série B e os quatro primeiros da série B, “sobem” para a divisão da elite do futebol nacional e ajudam a configurar e reconfigurar o território do futebol profissional, midiático e comercial no Brasil.

No ano de 2014 a região Sul tinha a participação de 7 times de futebol na série A, e no ano de 2014 a participação aumentou com mais 1 time totalizando 8 times na primeira divisão. Já para o ano de 2016 dois times caíram e com isso a região Sul possuía no ano de 2016 um total de 6 times na primeira divisão. Nesta região foram construídos 2 estádios para a Copa do Mundo e outro foi construído nos mesmos moldes pelo Grêmio Futebol Clube – Arena do Grêmio.

A região Sudeste tinha a participação no ano de 2014 com 9 times, no ano de 2015 permaneceu com 9 times futebolísticos e para 2016 teve a ascensão de 2 times, totalizando um total de 11 times. Nesta região foram construídos três estádios para a Copa do Mundo, sendo que ainda se teve a construção de outras arenas de padrões FIFA como o Estádio do Engenhão no Rio de Janeiro e a Arena Palestra Itália do Palmeiras em São Paulo, mas que não foram utilizados na Copa. A região Nordeste possuía no ano da Copa do Mundo (2014) 3 times futebolísticos, no ano de 2015 perdeu 2 vagas e permaneceu com apenas 1 time participando da série A e no ano de 2016 houve a ascensão de 2 times, totalizando 3 times disputando a série A. Todavia na região houve a construção de 4 novos estádios para a Copa do Mundo. (ESPORTES, 2014).

A região Centro Oeste desde 2014 para 2015 permaneceu com apenas um time e para 2016 nenhum time na série A e nela foram construídos 2 novos estádios para a Copa do Mundo (ESPORTES, 2014), enquanto a região Norte não apresentou nenhum time na série A no triênio compreendido entre 2014-2016 e construiu a Arena Amazônia em Manaus.

Ainda, com base na análise do quadro número 3 no ano verifica-se que apenas os clubes futebolísticos Criciúma (Cidade de Criciúma – SC), Ponte Preta (Cidade de Campinas – SP) e Santos (Cidade de Santos – SP) não estavam localizados nas capitais dos estados brasileiros, mas sim em cidades de médio porte e com boa representatividade econômica e social no território brasileiro.

Com base nestes dados considera-se ser possível afirmar que a oferta do espetáculo esportivo e conseqüentemente do turismo de eventos esportivos vinculado ao

mundo do futebol está viabilizada no território do futebol brasileiro, desde 1971, concentrando-se nas capitais dos estados da região Sudeste e Sul do Brasil. No entanto, por critérios políticos regiões que tinham baixa representatividade no território do futebol brasileiro foram cidades sedes da Copa do Mundo, receberam arenas esportivas padrão FIFA, mas com participação inexpressiva para o turismo de eventos esportivos pós-mundial. Neste caso, detectou-se que após o megaevento esportivo da Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 muitos estádios nas regiões que não estavam posicionadas nas do território do futebol brasileiro passaram a ter sérios problemas financeiros nos estádios. Não conseguindo verbas para garantir a manutenção dos seus estádios<sup>6</sup> e praticamente são os ‘elefantes brancos’ da Copa das Copas<sup>7</sup>. Este é o caso dos estádios localizados na região Centro Oeste, Norte, e Nordeste do Brasil.

Ressalta-se que alguns estão trabalhando para movimentar o turismo de eventos esportivos nestas arenas atraindo times futebolísticos da região Sudeste e Sul do Brasil para partidas esporádicas fora das suas bases. Como é o caso do Clube de Regatas Flamengo<sup>8</sup> que estava sediando muitos de seus jogos no Estádio Nacional de Brasília, mas sendo a sua sede na cidade do Rio de Janeiro. Todavia a mudança de casa provocou reações da Federação de Futebol do Estado do Rio de Janeiro – FERJ e da sua própria torcida residente no Rio de Janeiro. As reações seriam em função dos prejuízos que a FERJ estaria tendo com a mudança da casa do tradicional clube que possui a maior torcida<sup>9</sup> do Brasil, além do prejuízo para a cadeia produtiva do turismo da Cidade do Rio de Janeiro onde tradicionalmente o time mandava seus jogos.

A Copa do Mundo de Futebol da FIFA dentro de uma análise na teoria dos campos (BOURDIEU, 1983), baseando-se no campo esportivo, basicamente após toda a análise territorial do futebol brasileiro atendeu aos preceitos de que os que detinham o poder sobre o território é que prevaleceram.

---

<sup>6</sup> TERRA. Elefantes brancos? Veja o que aconteceu com os estádios da Copa. Disponível em: <<http://goo.gl/KlexhU>>. Acesso em: 20/03/2016.

<sup>7</sup> Copa das Copas. Expressão marketeira utilizada pelo Estado (Governo Brasileiro) para definir que a Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 seria a mais organizada e de maior sucesso mundial.

<sup>8</sup> GLOBO.COM. Flamengo fala em veto da CBF para jogar em Brasília; Feldman nega e pede diálogo. Disponível em: <<http://goo.gl/CiRnSw>>. Acesso em: 21/03/2016.

<sup>9</sup> GLOBO.COM (2016). Pesquisa aponta Flamengo com a maior torcida do Brasil. Disponível em: <<http://goo.gl/t0OpH1>>. Acesso em: 21/04/2016.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sob uma análise na perspectiva escalar da dinâmica territorial política-administrativa do Brasil, para o presente artigo investigou-se e assinalou-se a existência da territorialidade do futebol profissional e que é possível delimitá-la através de uma análise sócio-espacial. De igual modo, o futebol, sendo um fenômeno sociocultural no espaço brasileiro relaciona-se cada vez mais a um viés capitalista, sofrendo as influências das empresas que investem na modalidade esportiva visando auferir lucros.

Ao mesmo tempo, identificou-se que o futebol brasileiro - a partir da verificação da localização geográfica dos clubes campeões, além dos que disputaram a série A do Campeonato Brasileiro - estava concentrado de forma mais intensa nas capitais dos estados brasileiros dentro das regiões Sul e Sudeste, tendo-se baixa representatividade de times futebolísticos das outras regiões brasileiras no cenário do espetáculo esportivo.

Neste sentido, nas regiões Sul e Sudeste foram construídos 5 estádios para a Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014, sendo que a região Centro-Oeste, Norte e Nordeste receberam 7 estádios mesmo possuindo uma baixa representatividade no cenário futebolístico nacional, contribuindo para a criação de “elefantes brancos”.

Nesta perspectiva, os times das regiões Sul e Sudeste apresentaram possuir melhores condições de alavancar a cadeia produtiva na participação ativa do turismo de eventos esportivos, em função de terem maiores possibilidades de se consagrarem campeões nacionais e a partir desta realidade participar de campeonatos internacionais, contribuindo para atrair turistas de outras regiões e países.

## 7 REFERÊNCIAS

BRACHT, V. **Sociologia Crítica do Esporte**: Uma introdução. Ijuí: Unijuí, 2011.

Bourdieu, P. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

BRASIL. Ministério do Turismo. Esportes movimentam o turismo no Brasil. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/YnRRf5>>. Acesso em: 20-03-2016.

BRASIL. Portal Brasil. Brasil, conhecido mundialmente como país do futebol, será sede pela segunda vez da Copa do Mundo em 2014. Publicado em: 17/01/2010. Disponível em: <<http://goo.gl/3yxqUy>>. Acesso em: 21/03/2016.

CARVALHO, P. G.; LOURENÇO, R. **Turismo de prática desportiva**: Um segmento do mercado do turismo desportivo. Lisboa: Munich Personal RePEc Archive, 2008.

CASTRO, I. E. Análise geográfica e o problema epistemológico da escala. **Anu. Inst. Geocienc.** [online]. 1, v. 15, 1992, p. 21-25. ISSN 0101-9759.

CHAVES, M. C. C.; RAMOS, T. G.; BARROS, T. D.; SOARES, J. C. C. B. Uso integrado de dois métodos de apoio à decisão multicritério: **VIP Analysis e MACBETH**. *Pesquisa Operacional para o Desenvolvimento*, 2, 2, 2010, p. 89-99. Disponível em: <<http://goo.gl/TrBDnN>>. Acesso em: 20/03/2016.

CORRÊA, R. L. Territorialidade e corporação: um exemplo. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. (Ed.), **Território**: globalização e fragmentação. São Paulo: HUCITEC, 2002.

ESPORTES. Conheça as 12 cidades que receberão os jogos da Copa do Mundo. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/S4WRNC>>. Acesso em: 05/03/2016.

GIBSON, H. J. Sport Tourism: A critical Analysis of Research. In: **Sport Management Review**, 1, 1998, p. 45-76, SMAANZ.

FIFA. Fédération Intenationale de Football Association. FIFA Safety Regulations, 2008.

HOBBSAWN, E. **Sobre a história**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

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

LEFEBVRE, H. **O Direito à Cidade**. São Paulo: Ed. Moraes, 2001.

MACHADO, I. J. R. Futebol, Clãs e Nação. **SciELO**, v. 43, n. 1. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php>>. Acesso em: 27/06/2015.

MARCHI JÚNIOR, W.; BOLSMANN, C.; ALMEIDA, B. S. de; SOUZA, J. de. A copa do mundo FIFA na África do Sul/2010: como foi a experiência e o que podemos aprender com ela? **Movimento**, v. 20, n. 2, 2014, p. 711-733. Disponível em: <<http://goo.gl/EJtHVn>>. Acesso em: 20/03/2015.

MOLINA, F. S. **Megaeventos e produção do espaço urbano**. São Paulo: Annablume Editora, 2015.

QUADRO DE MEDALHAS. Cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 no Brasil. Disponível em: <<http://goo.gl/qrw3TD>>. Acesso em: 17/01/2016.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

ROSS, S. D. **Developing Sports Tourism**. An *e*Guide for Destinations Marketers and Sports Events Planners. National Laboratory for Tourism and *e*Commerce, 2001.

SANTOS. M. **A Natureza do Espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

STANDEVEN, J.; DEKNOP, P. **Sport Tourism**. Champaign, Ill.: Human Kinetics, 1999.

Recebido em: 02-01-2017.

Aprovado em: 01-02-2017.