



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
DOUTORADO EM SOCIOLOGIA

LEONARDO COSTA DE VASCONCELOS

A FORTALEZA DA COPA:
IMAGENS DA CIDADE E MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

FORTALEZA

2016

LEONARDO COSTA DE VASCONCELOS

**A FORTALEZA DA COPA:
IMAGENS DA CIDADE E MEGAEVENTOS ESPORTIVOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para o curso de Doutorado em Sociologia. Área de concentração: Cidade, poder e Movimentos Sociais.

Orientadora: Prof^a. Dr^a.. Linda Maria de Pontes Gondim

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- V45f Vasconcelos, Leonardo Costa de.
A Fortaleza da Copa : Imagens da cidade e megaeventos esportivos / Leonardo Costa de Vasconcelos. – 2016.
263 f. : il. color.
- Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2016.
Orientação: Profa. Dra. Linda Maria de Pontes Gondim.
1. Fortaleza. 2. Imagem. 3. Copa do Mundo. 4. Cidade. 5. Megaeventos. I. Título.

CDD 301

LEONARDO COSTA DE VASCONCELOS

A FORTALEZA DA COPA:

IMAGENS DA CIDADE E MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para o curso de Doutorado em Sociologia. Área de concentração: Cidade, poder e Movimentos Sociais.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Linda Maria de Pontes Gondim

Aprovada em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Linda Maria de Pontes Gondim (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. César Barreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Ricardo Alexandre Paiva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Eduardo Gomes Machado
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB)

Prof^a. Dr^a. Tereza Maria de Oliveira
Faculdade Lourenço Filho (FLF)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente devo todo o esforço aqui desenvolvido a toda minha família que tanto contribuiu para o meu crescimento em todos os sentidos, em especial aos meus pais, avós e minha esposa, por todo o incentivo dado ao longo do tempo.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), a qual financiou em parte esta pesquisa e a ajuda de todos os amigos que contribuíram com sugestões de aperfeiçoamento desta tese e aos que compreenderam durante o convívio cotidiano as dificuldades ao longo de todo o processo de elaboração desta pesquisa. Devo, conjuntamente, salientar a gratidão a todos da Universidade Federal do Ceará que colaboraram para o desenvolvimento em mim de uma perspectiva mais apurada do estudo social, entre estes, um agradecimento particular aos professores, que, apesar das dificuldades, são comprometidos com o seu ofício, aos colegas, amigos e pessoas próximas que propiciaram um convívio agradável durante o período em que estive no Programa de Doutorado da UFC.

“Desculpe, Neymar
Mas nesta Copa eu não torço por vocês
Estou cansado de assistir o nosso povo
Definhando pouco a pouco
Nos programas das TVs
Enquanto a FIFA se preocupa com padrões
Somos guiados por ladrões
Que jogam sujo pra ganhar
Desculpe, Neymar
Eu não torço desta vez

Parreira, eu vi
Aquele tetra fez o povo tão feliz
Mas não seremos verdadeiros campeões
Gastando mais de 10 bilhões
Pra fazer Copa no país
Temos estádios lindos e monumentais
Enquanto escolas e hospitais
Estão à beira de ruir
Parreira, eu vi
Um abismo entre "Brasis" (Edu Krieger).

RESUMO

Megaeventos como a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014 são vistos pelos países que se candidatam a sediá-los como oportunidades de negócios e exposição mundial. Bilhões de dólares são investidos pelo poder público e capital privado no intuito de divulgar uma imagem positiva das cidades, incentivando o consumo do espaço urbano, seja por fluxos de capitais solventes, com o turismo de entretenimento ou de eventos, seja através do incremento do capital imobiliário, verificado através de projetos de modernização da infraestrutura urbana. Nesta perspectiva, a imagem de Fortaleza a partir de sua candidatura a cidade-sede da Copa do Mundo 2014, bem como o projeto de desenvolvimento nela contido é o alvo da análise que ora se enseja. Considera-se no presente trabalho a tese de que a atuação de Fortaleza como cidade-sede esteve ligada, sobretudo, à estratégia governamental de dinamização do turismo em nível global, assim como, de enobrecimento do espaço urbano na Cidade e não à produção de legados tangíveis relacionados à redução de problemas infraestruturais ou de mobilidade, como se previu na Matriz de Responsabilidade da Copa.

Palavras-chave: Fortaleza; copa do mundo; imagem.

ABSTRACT

Mega-events like a FIFA World Cup Brazil 2014 have been seen as an opportunity to business and world exhibition. Billions of US dollars are invested by the governments and by the private capital to show a positive image, encouraging the urban space use, either by the solvent capital flows, by entertainment or touristic events, or by projects of urban infrastructure modernization. Fortaleza's host city candidature for the World Cup 2014, as well as the development project therein, it's the target of this thesis. The main purpose here is to show that Fortaleza as a World Cup host city was a local government strategy to insert the city in the world touristic circuit, not an action to solve the urban problems concerning mobility or infrastructure like announced at the World Cup Responsibilities Matrix.

Key-words: Fortaleza; world cup; image.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vista Noturna da Praça do Ferreira após a reforma de 1991, feita na administração de Juraci Magalhães	35
Figura 2 - Vista interna do Aeroporto Internacional Pinto Martins	37
Figura 3 - Vista interna do Mercado Central de Fortaleza	38
Figura 4 - Vista lateral do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura	38
Figura 5 - Centro de Eventos do Ceará	42
Figura 6 – Anúncio do Brasil como país sede da Copa do Mundo em 30 de outubro de 2007	58
Figura 7 - Etapas e ciclos de preparação para Copa no Brasil	59
Figura 8 - Logomarca da Copa das Confederações 2013	64
Figura 9 - Logomarca da Copa do Mundo 2014	64
Figura 10 - Mascote da Copa do Mundo 2014, o Fuleco	64
Figura 11 – Banner Fortaleza Cidade-sede da Alegria em meio aos protestos de junho de 2013	77
Figura 12 - Panfletagem feita pessoalmente pelo governador Cid Gomes e o Secretário da Copa 2014 na Praia do Futuro, divulgando o evento de inauguração do estádio Castelão em dezembro de 2012	78
Figura 13 - Postal da candidatura de Fortaleza à cidade-sede da Copa 2014	80
Figura 14 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede da alegria	86
Figura 15 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência ao VLT Parangaba-Mucuripe	86
Figura 16 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência às obras de mobilidade	87
Figura 17 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência ao Acquario Ceará como opção turística	87
Figura 18 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência ao Centro de Eventos do Ceará como opção para o turismo de negócios	88
Figura 19 - Trecho do folder institucional da SECOPA sobre as opções de hotéis em Fortaleza	88
Figura 20 - Imagem do vídeo <i>Fortaleza Capital da Alegria</i> - PMF (2012)	89

Figura 21 - Maquete eletrônica do Castelão no vídeo <i>Um dia de jogo</i>	89
Figura 22 - Referência ao litoral de Fortaleza no vídeo <i>World Cup Host City: Fortaleza</i> (2014)	90
Figura 23 - Ruas próximas ao Castelão com esgoto e lixo a céu aberto	93
Figura 24 - Poster oficial de Fortaleza como sede da Copa 2014	95
Figura 25 - Postal de inauguração do Castelão em 1973 na realização do jogo entre Ceará e Fortaleza	96
Figura 26 - Foto aérea do Castelão nos anos 1990 com o <i>lay out</i> construído do final dos anos 1970	97
Figura 27 - Cobertura e pintura das arquibancadas do Castelão feitas nos anos 2000	97
Figura 28 - Cobertura do Castelão pintada de verde em 2009 durante os preparativos para o anúncio de Fortaleza como sede da Copa 2014	98
Figura 29 - Fachada da Arena Castelão após a reforma	99
Figura 30 - Área interna da Arena Castelão	100
Figura 31 - Sede das secretarias Especial da Copa e dos Esportes do Estado do Ceará	101
Figura 32 - Estacionamento coberto Castelão	101
Figura 33 - Anúncio do Reserva Passaré se intitulando como “Condomínio Parque” e fazendo referências à sua proximidade com a natureza e a Arena Castelão. Responsabilidade da Bspar	117
Figura 34 - Vídeo da conversa informal entre Cid Gomes e empresários de Fortaleza onde são negociadas as construções de prédios em área desapropriadas pelo VLT Paranga-Mucuripe (2011)	119
Figura 35 - Logomarca do Comitê Popular da Copa de Fortaleza	125
Figura 36 - Barreira de contenção da manifestação na av Alberto Craveiro - junho de 2013	130
Figura 37 - Torcida no Castelão e protestos de junho de 2013	131
Figura 38 - Capa do <i>The New York Times</i> de 28/06/13 sobre os protestos em Fortaleza	132
Figura 39 – Estrutura armada como terminal de passageiros no Aeroporto Internacional Pinto Martins em Fortaleza (2014)	146
Figura 40 – Torcida frente ao Castelão no treino da seleção brasileira em 16/06/14	164

Figura 41 – Torcida frente ao PV no treino da seleção brasileira em 03/07/14	165
Figura 42 - Entrada da <i>Fan Fest</i> Fortaleza	166
Figura 43 - Telão e área da torcida da <i>Fan Fest</i> Fortaleza	166
Figura 44 - Área de patrocinadores da <i>Fan Fest</i> Fortaleza	167
Figura 45 - Manifestantes na Av. Alberto Craveiro em 17 de julho de 2014	169
Figura 46 - Segurança no acesso ao Castelão durante os jogos da Copa 2014	170
Figura 47 - "Carona" de bicicleta ofertada por moradores próximos do acesso ao Castelão durante a Copa 2014 em Fortaleza	171
FIGURA 48 - Catadora de materiais recicláveis no percurso para o estádio Castelão	172
Figura 49 - Entorno da Arena Castelão em dia de jogo de Copa	173
Figura 50 - Vendedora ambulante no calçadão em frente à FIFA <i>Fan Fest</i> na Praia de Iracema	176
Figura 51 - Vendedor ambulante no calçadão em frente à Arena Castelão em Fortaleza	177
Figura 52 - Tipos de legados da Copa citados pelos brasileiros	190
Figura 53 - Imagens do confronto entre torcidas organizadas do Ceará e Fortaleza na final do Campeonato Cearense de 2015	216

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Demanda turística via Fortaleza 1996/2014	41
Tabela 2 - Impactos econômicos da operacionalização do Centro de Eventos do Ceará (CEC)	43
Tabela 3 - Investimentos por cidade sede para a Copa do Mundo 2014.	61
Tabela 4 - Execução financeira das obras e ações para a Copa do Mundo 2014	62
Tabela 5 - Comparativo da chegada de turistas internacionais ao Ceará por vias de acesso - 2013/2014	120
Tabela 6 - Tipologia das obras de mobilidade urbana nas cidades-sede	136
Tabela 7 - Parque de estádios do Brasil	139
Tabela 8 - Custos de construção e reforma dos estádios da Copa por assento	143

Tabela 9 - Gastos em estádios nas últimas edições da Copa do Mundo de construção e reforma dos estádios da Copa por assento	143
Tabela 10 - Investimentos em Aeroportos para Copa 2014	147
Tabela 11 - Investimentos em Portos para Copa 2014	148
Tabela 12 - Investimentos em desenvolvimento turístico	149
Tabela 13 - Venda de ingressos por cidade sede durante a Copa das Confederações 2013	153
Tabela 14 - Ingressos vendidos por público local, brasileiro e estrangeiro em cada cidade sede durante a Copa das Confederações 2013	153
Tabela 15 - Grau de informalidade nas áreas metropolitanas brasileiras	174
Tabela 16 - Intenção de retorno do turista internacional durante a Copa 2014	193
Tabela 17 - Motivo para não intenção de retorno do turista internacional durante a Copa 2014	193
Tabela 18 - Avaliação do turista internacional da infraestrutura durante a Copa 2014	195
Tabela 19 - Avaliação do turista internacional a respeito dos serviços turísticos durante a Copa 2014	196
Tabela 20 - Avaliação do turista internacional a respeito dos preços durante a Copa 2014	197
Tabela 21 - Avaliação do turista internacional a respeito da Copa 2014	197
Tabela 22 - Comparativo dos agregados turísticos no mês de junho (2013/2014)	202
Tabela 23 - Variação da Taxa de ocupação hoteleira no Ceará entre 2005 e 2015	203
Tabela 24 - Variação da chegada de turistas no Ceará (2013-2015)	204
Tabela 25 - Comparativo dos agregados turísticos relativos a renda do turista no mês de junho 2014	205
Tabela 26 - Faixa etária de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014	206
Tabela 27 - Escolaridade de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014	206
Tabela 28 - Turistas em Fortaleza durante a Copa 2014 por tipo de grupo de viagem	207
Tabela 29 - Turistas durante a Copa 2014 que motivação em visitar o Ceará	208
Tabela 30 - Comparativos entre localidades visitadas por realização ou não de pernoites por turistas no Ceará durante a Copa 2014	209

Tabela 31 - Grau de satisfação dos turistas da Copa 2014 em relação Mundial no Ceará	210
Tabela 32 - Grau de satisfação dos turistas da Copa 2014 em relação ao turismo no Ceará	211
Tabela 33 - Avaliação dos turistas da Copa 2014 em relação aos preços praticados durante Mundial no Ceará	211
Tabela 34 - Avaliação dos turistas da Copa 2014 em relação à intenção de retorno ao Ceará	212

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Copas do Mundo realizadas e seus campeões	50
Quadro 2 - Copas das Confederações realizadas e seus campeões	51
Quadro 3 - Renúncias Tributárias, financeiras e creditícias do Governo Federal com a Copa 2014	52
Quadro 4 – Intervenções urbanas contidas na matriz de responsabilidades para a Copa de 2014 em Fortaleza	91
Quadro 5 - Classificação de matérias sobre a Copa em Fortaleza no Jornal <i>Diário do Nordeste</i> entre os meses de julho de 2011 e dezembro de 2012	110
Quadro 6 - Classificação de matérias sobre a Copa em Fortaleza no Jornal <i>Diário do Nordeste (blog Diário na Copa)</i> entre os meses de janeiro de 2013 e maio de 2014	111
Quadro 7 - Quantidade de textos em que cada elemento está presente - Cidade-produto	112
Quadro 8 - Quantidade de textos em que cada elemento está presente - Cidade-real	113
Quadro 9 - Arranjos institucionais para a Copa do Mundo 2014 em nível estadual e municipal	124
Quadro 10 - Custos de construção e reforma dos estádios da Copa	140
Quadro 11 - Cidades, arquitetos, construtores e gestores dos estádios da Copa	144
Quadro 12 – Ingressos comprados na segunda fase de vendas	158

Quadro 13 – Preços dos ingressos das partidas da Copa do Mundo 2014 por categorias	159
Quadro 14 - Preços de Carnês de Ingressos por Seleção Específica (CISEL)	160
Quadro 15 - Preços de Carnês de Ingresso por Seleção Específica - CISEL (Brasil ou outra seleção que participou da abertura)	160
Quadro 16 - Preços de carnês de sede específica	161
Quadro 17 - Público presente às FIFA <i>Fan Fests</i> durante a Copa 2014	185
Quadro 18 - Projetos de mobilidade da Matriz de responsabilidades da Copa no Brasil por estágio de conclusão	192
Quadro 19 - 25 maiores públicos de futebol no Castelão após sua reinauguração	213
Quadro 20 - Apresentações de artistas internacionais de grande público em Fortaleza	215
Quadro 21 - Empreendimentos/ações em mobilidade urbana previstos ou executadas nas cidades-sede da Copa 2014 – ANEXO A	244
Quadro 22 - Ações na segurança pública para a Copa 2014 – ANEXO B	247

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Variação do preço do metro quadrado de apartamentos negociados no bairro Castelão entre os anos de 2011 e janeiro de 2016 - Índice Fipe-Zap	118
Gráfico 2 - Variação do preço do metro quadrado de apartamentos negociados no bairro Passaré entre os anos de 2011 e janeiro de 2016 - Índice Fipe-Zap	118
Gráfico 3 - Evolução dos Indicadores do Mercado de Trabalho – Fortaleza – 1984 - 2007	174
Gráfico 4 - Grau de Criticidade das ocorrências durante a Copa	187
Gráfico 5 - Ocorrências por temática durante a Copa	187
Gráfico 6 - Turismo doméstico: fatores de influência para a escolha das cidades-sede visitadas durante a Copa 2014	198
Gráfico 7 - Turismo doméstico: atividades turísticas nas cidades-sede visitadas durante a Copa 2014	198
Gráfico 8 - Turismo doméstico: avaliação dos serviços turísticos nas cidades-	199

sede visitadas durante a Copa 2014

Gráfico 9 - Turismo doméstico: avaliação dos estádios nas cidades-sede visitadas durante a Copa 2014	200
Gráfico 10 - Taxa de ocupação hoteleira segundo os jogos da Copa 2014	203
Gráfico 11 - Distribuição segundo o gênero de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014	206
Gráfico 12 - Turistas durante a Copa 2014 que afirmaram estar pela primeira vez no Ceará	208
Gráfico 13 - Turistas durante a Copa 2014 que afirmaram visitar outras localidades no Ceará fora da capital	209

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Valor médio do metro quadrado do solo urbano no município de Fortaleza de acordo com o uso residencial e agrupado por bairro - 2015	115
Mapa 2 - Pontos de estacionamento, transporte coletivo e desembarque para o Estádio Castelão durante a Copa 2014 – ANEXO C	248

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO - A Copa do Mundo 2014 em Fortaleza e suas disputas simbólicas	1
CAPÍTULO 1 - OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DAS CIDADES	11
1.1. A imagem de uma cidade como "política pública"	13
1.2. A governança empreendedorista e a cidade global como um novo paradigma	22
1.3. O processo de modernização da capital cearense a partir dos Governos das Mudanças	29
1.4. O turismo como vetor de <i>marketing</i> e desenvolvimento local	33
1.5. A questão dos "legados" e dos impactos da realização de um megaevento em uma cidade	43
1.6. A construção da Copa do Mundo como o maior espetáculo esportivo da Terra	48
1.7. Copas no contexto de países em desenvolvimento: A Copa da África do Sul 2010 e analogias com o caso brasileiro	53
CAPÍTULO 2 – A CONSTRUÇÃO DA COPA NO BRASIL E AS IMAGENS DE FORTALEZA PRODUZIDAS PELO PODER PÚBLICO	56
2.1. A política em jogo	56
2.2. A Lei geral da Copa e arranjos institucionais	64
2.3. O Governo Cid Gomes e a Fortaleza como cidade <i>avant guard</i>	70
2.4. A candidatura de Fortaleza e a busca pela construção da imagem de sede-modelo	78
2.5. A Arena Castelão como palco de disputas	95
CAPÍTULO 3 - IMAGENS DE OUTROS AGENTES DA COPA EM FORTALEZA	105
3.1. Imagens da mídia sobre a Copa em Fortaleza	105
3.2. O capital privado e as imagens da valorização imobiliária	114
3.3. Imagens de movimentos de resistências	120
CAPÍTULO 4 - AS COPAS EM FORTALEZA: IMAGENS E IMAGINÁRIO	134
4.1. A Mobilidade Urbana como legado?	134

4.2. Os Investimentos em estádios	139
4.3. Portos e aeroportos	145
4.4. O desenvolvimento turístico, as telecomunicações e a segurança pública como "operação de guerra" para o Mundial	148
4.5. Impactos em Fortaleza do evento-teste segundo o discurso oficial	151
4.6. A aquisição dos ingressos e os momentos dos jogos	155
4.7. Fortaleza se abre ao mundo: o pré-jogo e os jogos de encontros no Mundial	162
CAPÍTULO 5 – DEPOIS DA FESTA: A IMAGEM COMO LEGADO	180
5.1. A Copa de 2013 e a “Copa das Copas?”	182
5.2. Imagens e indicadores turísticos do Mundial no Brasil	189
5.3. Imagens e indicadores turísticos do Mundial em Fortaleza	200
5.4. O uso do Castelão	212
CONSIDERAÇÕES FINAIS	217
REFERÊNCIAS	222
ANEXO A - Empreendimentos/ações em mobilidade urbana previstos ou executadas nas cidades-sede da Copa 2014	243
ANEXO B - Ações na segurança pública para a Copa 2014	246
ANEXO C - Pontos de estacionamento, transporte coletivo e desembarque para o Estádio Castelão durante a Copa 2014	247

INTRODUÇÃO - A Copa do Mundo 2014 em Fortaleza e suas disputas simbólicas

A bola no centro do campo. As equipes posicionadas à espera do apito inicial. A arquibancada lotada ansiosa pelo início da partida. A cidade repleta de pessoas dos mais diferentes cantos do globo. Fortaleza, por meio da Copa do Mundo de 2014, tornando-se conhecida para um grande público ao redor do mundo que nunca ouvira falar da capital cearense antes deste momento. Este foi o cenário idealizado para Fortaleza e outras cidades brasileiras em 2014 durante a preparação do vigésimo Mundial de Futebol da *Fédération Internationale de Futebol Association* (FIFA).

Tratava-se da etapa final de um processo de articulações, reformas, intervenções e iniciativas empresariais e governamentais nas quais se previu um total de R\$ 142 bilhões em investimentos públicos e privados (ZANDONADI, 2012) em todo o país. Destes, segundo o governo federal¹, cerca de R\$ 33 bilhões foram direcionados do tesouro nacional em ações voltadas à infraestrutura urbana de mobilidade, estádios e promoção do evento. Na capital cearense, apesar da previsão inicial de R\$ 9 bilhões² em recursos públicos, de fato, foi contingenciado, devido a cortes de ações inicialmente previstas, um total de R\$ 1,5 bilhão.

Este é o evento esportivo global que envolve mais países, superando as Olimpíadas. No caso do futebol, são 209 nações ou territórios federados³, enquanto o evento olímpico reúne 206 comitês olímpicos nacionais⁴. A Copa realizada no Brasil, a exemplo da que ocorreu na África do Sul em 2010, reuniu uma audiência televisionada de cerca de 3,2 bilhões⁵ de pessoas ao redor do mundo, sendo que, segundo a FIFA, somente na final da competição brasileira

¹Disponível em <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/sobre-a-copa/grandes-numeros>. Acesso em 08/12/12

² Informação obtida no site: <http://www.copa2014.org.br>. Acesso 16/08/2011.

³ A Copa do Mundo FIFA, em sua fase de eliminatórias envolve a totalidade dos entes federados. Somente 32 seleções nacionais são classificadas para a sua fase final realizada a cada quatro anos em um continente diferente. Disponível em <http://pt.fifa.com/aboutfifa/organisation/associations.html>. Acesso 02/05/14

⁴ Disponível em: istoe.com.br/atletas-de-206-paises-desfilam-na-abertura-da-rio-2016/. Acesso em 09/09/16.

⁵ Disponível em <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2015/12/fifa-divulga-numeros-de-audiencia-da-copa-de-2014-mais-de-1-bi-na-final.html>. Acesso em 10/04/16.

entre Alemanha e Argentina, mais de 1 bilhão de espectadores assistiram a vitória alemã por um a zero em todo o globo. Destaca-se ainda o fato de que, em uma Copa, os espectadores assistem a partidas de um só esporte, enquanto, somando todas as audiências de todos os esportes, chegou-se em uma Olimpíada à marca de 4,3 bilhões⁶, como foi o caso dos jogos realizados em Londres em 2012, e 2,5 bilhões na cerimônia de abertura dos jogos do Rio em agosto de 2016⁷.

Observa-se de forma recorrente, frente a este potencial de projeção da imagem de um país ou cidade para o mundo, que os anfitriões destes tipos de eventos engendram articulações políticas que movimentam uma grande quantidade de recursos (em grande parte, públicos). Como será visto, isto se dá porque estes grandes certames são encarados, sobretudo, como uma oportunidade para os governos divulgarem, em nível mundial, uma imagem positiva de países, estados ou cidades e realizarem transformações no tecido urbano que se coadunem com a imagem que é construída para tais ocasiões.

Este processo de construção de imagens de uma determinada realidade urbana passa, necessariamente, por lutas simbólicas, nas quais as representações dominantes irão ser difundidas geralmente pelo discurso oficial, pelos *media*, ou pelo capital privado, enquanto a representação dos dominados é vista comumente através da atuação dos movimentos sociais e táticas que escapam ao controle estabelecido. Portanto, para se entender o que foi um evento como a Copa em uma cidade, ou compreender como estas diferentes representações da luta simbólica posicionaram-se, cabe a noção de *Imagem Pública*, definida como "o somatório de aparências, opiniões e comportamentos políticos, institucionais" confundindo visibilidade e credibilidade de instituições e sujeitos (WEBER, 2009, p.12). Para a autora:

A busca dessa imagem e de seu poder funcional tem justificado investimentos públicos e privados, institucionais, mercadológicos, políticos e mediáticos, como um modo de fazer política, de torná-la palatável, compreensível, simplificada. Por outro, a imagem questionada no exercício da

⁶ Disponível em: <http://www.meionorte.com/noticias/esporte/olimpiadas-de-londres-bate-recorde-de-audiencia-e-de-qualidade-179110.html>. Acesso em 02/05/14

⁷ Disponível em: esporte.ig.com.br/olimpiadas/2016-08-17/audiencia-coi-rio-2016.html. Acesso em 09/09/16.

liberdade de imprensa, pela ação da sociedade apontam para sua complexidade (WEBER, 2009, p.12).

Tal conceito é útil para a análise da atuação das cidades contemporâneas como atores políticos que defendem uma imagem pública frente ao cenário de competitividade global pelo incremento de fluxos de capital. Neste cenário aspectos como a aparência, a teatralização, o espetáculo e o simulacro (BAUDRILLARD, 1991) tomam relevância do ponto de vista político e passam a guiar as políticas públicas no intuito da produção de uma *imagem pública rentável*.

Esta se objetiva nas cidades, segundo Sanchez (2010), principalmente, a partir do aumento do fluxo turístico internacional e nacional, da oferta de infraestrutura urbana para a instalação de empresas multinacionais e atração de mão de obra qualificada. Desta forma, a busca deste poder de afirmar uma imagem de uma cidade em nível global vem nos últimos anos justificando vultosos investimentos públicos e privados na realização de megaeventos. Estes vêm ocorrendo em países em desenvolvimento, desenvolvidos, ou mesmo em forte crise econômica, como é o caso da realização das Olimpíadas em Atenas (Grécia) em 2004, em Pequim (China) em 2008, Londres (Inglaterra) em 2012; e das Copas FIFA da Alemanha em 2006, da África do Sul em 2010, Brasil 2014 e Rússia, a ser realizada em 2018. Configura-se daí uma nova forma de atuação das cidades, o que Vainer (2000) denomina de padrão de cidades-empresa que têm o espaço urbano como principal produto e sua imagem como estratégia de *marketing*⁸.

Neste sentido, uma imagem pública positiva e atrativa para o incremento de fluxos de capital é construída, em geral, a partir da supressão de aspectos negativos de uma cidade como a desigualdade social, a pobreza e a carência de serviços urbanos, ressaltando-se, frequentemente, a visão dos grupos sociais dominantes em cada realidade. Vale aqui destacar a concepção de Bourdieu (2004), o qual mostra que os indivíduos que assumem posições privilegiadas na sociedade demarcam simbolicamente o espaço, pois:

⁸ Outra estratégia de construção de uma imagem pública rentável adotada no contexto da administração pública é a realização de megaprojetos de museus ou "revitalizações" de áreas históricas, como maneira de enobrecimento do espaço urbano e integração aos fluxos de capital produzidos no âmbito do turismo (ZUKIN, 2000, p.19).

é enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que 'sistemas simbólicos' cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação de dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a 'domesticação dos dominados'. As diferentes classes e fracções de classe estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais (BOURDIEU, 2004, p. 11).

No entanto, estas imagens que são idealizadas neste processo pelo poder financeiro, político e mediatizado de cada cidade ou país, segundo Weber (2009, p.12), podem ser controlados em grande parte, mas nunca em sua totalidade. Para a autora, a "sua construção é proporcional à sua desconstrução", ou seja, é também definida pelo cidadão, receptor, consumidor, em seu grupo ou individualmente.

Convém, desta forma, compreender que as formas dominantes de pensar a cidade não se dão sem resistências na realidade. Elas sofrem reapropriações, o que Certeau (1998) chama de "táticas", no cotidiano de cada contexto, e a imagem síntese de uma cidade, ou de um evento específico, acaba sendo o resultado entre o que é pensado pelos planejadores urbanos, políticos, capital privado ou *media* em suas "estratégias" ou "planos de poder" (CERTEAU, 1998) e tais reapropriações do cotidiano feita pelos cidadãos, ou "contrausos" – utilizando o conceito de Leite (2004). Segundo o autor, nenhuma cidade, por mais planejada e controlada que seja, segue estritamente o modelo que a gerou. Com esta noção temos que, quando se fala em intervenções ou imagens construídas para as cidades, a dinâmica urbana deve ser levada em consideração, ou seja, as táticas desenvolvidas pelos grupos subalternos e suas reapropriações do espaço urbano e da imagem dele construída.

As táticas, quando associadas à dimensão espacial do lugar, que as torna vernaculares, se constituem em um '*contrauso*' capaz não apenas de subverter os usos esperados de um espaço regulado como de possibilitar que o espaço que resulta das estratégias se cinda, para dar origem a diferentes lugares, a partir da demarcação socioespacial da diferença e das

ressignificações que esses *contrausos* realizam. (LEITE, 2004, p.215, *grifo do autor*)

O processo de construção/significação ou reconstrução/ressignificação de uma cidade para um grande evento esportivo global compreende assim as seguintes frentes de disputas entre os grupos sociais: 1) a significação do espaço urbano através da construção de imagens públicas; 2) a do redesenho do espaço urbano, que se dá através da intervenção no tecido da cidade, buscando representar de forma concreta a idealização destas imagens no espaço urbano; e 3) as reapropriações do espaço urbano ou *contrausos* desempenhados pelos grupos sociais contra-hegemônicos.

Tendo em vista isto, este estudo busca entender: qual foi a imagem pública de Fortaleza construída pelo poder instituído a partir da Copa do Mundo de 2014? Quais o significado da participação da capital cearense neste grande evento? Quais representações do poder dominante surgiram a partir da mídia, do capital privado e do discurso oficial e, por outro lado, como se deu o discurso dos movimentos sociais e das resistências ao longo do processo de preparação e realização da Copa 2014?

O entendimento desta questão visa contribuir para a percepção acerca do discurso hegemônico sobre a capital cearense, especialmente, tendo em vista que este é um evento ímpar na história de Fortaleza, o qual criou a possibilidade da cidade ser divulgada em nível global em um megaevento. Observam-se daí correlações e mudanças em relação aos discursos produzidos sobre a cidade até então.

Segundo Paiva (2014), de cidade provinciana, passando pela alcunha de "capital da seca" e, nas últimas décadas, tornando-se conhecida como "terra do sol", da praia e do humor⁹, Fortaleza vem se consolidando como um dos destinos mais visitados do turismo nacional e a Copa 2014 foi até o momento a principal oportunidade da divulgação da sua imagem turística em nível global. Neste sentido, observa-se no epíteto "Cidade-sede da alegria", lema da cidade para a Copa 2014, uma especial atenção dos organizadores do evento na

⁹ Esta referência se dá em alusão a grande quantidade de ícones nacionais do humor oriundos de Fortaleza e do Ceará em geral, tais como: Chico Anísio, Renato Aragão, Tiririca, Tom Cavalcante, Rossicléia, entre outros.

Capital no potencial de atração de turistas, especialmente os internacionais, para a cidade.

Contudo, a despeito da promoção da imagem pública de Fortaleza e seus atrativos turísticos, a Copa não se consolidou como elemento potencializador de investimentos estratégicos no tecido urbano e gerador de "legados" urbanísticos para a cidade. Após dois anos da realização do Mundial em Fortaleza, obras de mobilidade e de infraestrutura urbana prometidas pelo poder público como herança da Copa de 2014 na Cidade ainda não foram concluídas. Estas foram apresentadas pelos governos municipal, estadual e federal como justificativa dos incentivos fiscais para a FIFA, dos altos investimentos na organização do evento e iriam compor a imagem da capital cearense difundida para o mundo com a competição. Tendo em vista isto, o que se defende nesta pesquisa é a tese de que a participação de Fortaleza como cidade-sede na Copa do Mundo de 2014 foi uma ação do poder público ligada principalmente à expansão da indústria turística local, dada a partir da construção da imagem da cidade voltada à internacionalização do turismo no Ceará, e não à produção de outros legados urbanos para a cidade.

O levantamento bibliográfico e documental realizado para esta tese se deu entre os anos de 2012 e 2016 e incluiu trabalhos acadêmicos a respeito do tema, documentos oficiais e reportagens de jornais e periódicos relativos à realização do Mundial no País e em particular na capital cearense. Neste último tipo de material, tomou-se a análise de 238 reportagens do Jornal *Diário do Nordeste*, o único a dedicar um *blog* para a Copa em Fortaleza, o *Diário na Copa*, além de ser o jornal de maior circulação no Estado¹⁰.

Destaca-se que no material publicitário oficial foi realizada a análise do discurso da prefeitura local, do Governo do Estado, do governo federal e da FIFA a partir de vídeos oficiais relativos à candidatura e à promoção da capital cearense na Copa 2014. A esta foram adicionadas as análises do material impresso da competição na Cidade, a partir de *banners*, *folders*, *posters* ou cartazes oficiais produzidos.

¹⁰ O jornal Diário do Nordeste ocupa a 34ª posição em termos de circulação de impressos no país. O segundo colocado do estado é o jornal *O Povo*, que ocupa o 48º lugar. Informação disponível em: <https://m.facebook.com/notes/sindjorce/di%C3%A1rio-do-nordeste-e-o-povo-est%C3%A3o-entre-os-50-maiores-jornais-do-brasil/811443255558032/>. Acesso em 09/09/16.

Foram também realizadas observações sistemáticas com o registro fotográfico e um total de 4 entrevistas gravadas com torcedores e jornalistas entre os meses de maio, junho e julho, em 2013 e o mesmo período em 2014, além de ter sido realizada entrevista registrada em áudio com o secretário da Copa do Governo do Estado, em 11 de novembro, em 2014. Estas buscaram compreender três momentos da realização das competições em Fortaleza: 1) o pré-jogo (que inclui o processo de preparação para o evento, a compra dos ingressos e a chegada aos estádios); o 2) jogo em si (a experiência propriamente dita do jogo de futebol em um estádio de Copa e em uma das *FIFA Fan Fests*); e 3) o pós-jogo (a saída dos torcedores dos estádios e das *FIFA Fan Fests* e a avaliação do evento por parte do poder público). Este trabalho *in loco* contemplou:

- três jogos da Copa das Confederações (Brasil x México - dia 19/06/13; Espanha x Nigéria - 23/06/13; Espanha x Itália - 27/06/13);
- três dos seis jogos da Copa do Mundo de Futebol em Fortaleza (Uruguai x Costa Rica - 14/06/14; Alemanha x Gana - 21/06/14; Grécia x Costa do Marfim -24/06/14);
- visitas que contemplaram espaços representativos da competição na Capital, como as *Fifa Fan Fests*¹¹ (13 e 29/06/14) e treinos da seleção brasileira em Fortaleza (15 e 16/06/14), realizando-se quatro entrevistas gravadas com torcedores e jornalistas;
- as manifestações ocorridas em Fortaleza durante o período da realização da Copa das Confederações de 2013 e Copa do Mundo de 2014;
- participação e gravação de audiências públicas que compuseram o Ciclo de Debates promovidos em 2013 pela UFC, que discutiam os impactos da Copa em Fortaleza;

Com o estudo foi possível compreender que inserir uma cidade no rol das sedes de grandes eventos esportivos mundiais dá a possibilidade também

¹¹ As *FIFA Fan Fests* são espaços nas cidades sede da Copa do Mundo voltados à transmissão pública de jogos da Competição e a realização de espetáculos musicais com entrada gratuita. Nestas áreas encontram-se *stands* promocionais de patrocinadores da competição, além de áreas de alimentação e informação.

de observar o processo de adaptação desta a modelos de organização urbana, de logística e de execução técnica típicos dos grandes eventos esportivos mundiais e tidos como condições *sine qua non* por entidades como a FIFA ou o COI (Comitê Olímpico Internacional) para que cidades venham a sediar grandes eventos esportivos. Isto, vale ressaltar, é bem mais árduo para uma cidade estreante em megaeventos esportivos internacionais e com os conflitos sociais como os existentes na capital cearense.

Este padrão de urbanidade global, como será possível discutir mais adiante, envolve ícones tangíveis do cotidiano de uma grande metrópole contemporânea. Entre estes estão: veículos rápidos de transporte massivo, como um metrô ou VLT (Veículo Leve sobre Trilhos); vias urbanas largas e de rápida circulação; praças de esportes amparada nos paradigmas arquitetônicos pós-modernos; assim como produtos atrativos para o fluxo turístico, tais como festas, pacotes de viagens, casas de shows e espaços públicos de entretenimento. Esta adaptação, muitas vezes, é forçada por organismos internacionais como o COI e a FIFA, além da pressão ocasionada da cobertura da mídia internacional destes eventos, uma vez que é este veículo que irá amplificar mundialmente a imagem de uma cidade.

Estes aspectos convergem para a transformação da cidade com aspirações a se integrar no grande fluxo global de capitais na cidade-mercadoria, cidade-empresa e/ou cidade-pátria (VAINER, 2000; SANCHEZ, 2010) e adotar estas características como receituário. Isto implica, respectivamente, em valorizar os atributos do espaço urbano que possam ser transformados em mercadoria, pautando uma administração pública como uma empresa capitalista e que, para tanto, deve produzir um consenso na população local em torno deste paradigma.

Como será possível perceber ao longo desta tese, a busca por esta adaptação aos ditames modernizantes de uma grande cidade é uma constante na trajetória de Fortaleza. Contudo, ao longo da história, estas iniciativas do poder público e empresas privadas da capital cearense, quase sempre, passaram ao largo dos abismos sociais entre as classes locais em prol da adequação da capital cearense à esta imagem *avant guard*.

Este tema se coaduna com a discussão realizada por mim em nível de mestrado (VASCONCELOS, 2008) sobre a produção de imagens de Fortaleza

nos projetos de requalificação da área central da Capital. Naquela ocasião, a análise apontava para o fato de que os projetos de requalificação do centro histórico da Capital, de maneira geral, atendiam a parâmetros de um planejamento urbano das grandes cidades globais que buscam, aliando-se aos preceitos de *city marketing* e a partir de suas áreas históricas, um enobrecimento do consumo e do uso do espaço.

A reforma do estádio Castelão foi o principal projeto de Fortaleza e único concluído pelo Governo do Estado a tempo para o Mundial e será, por isto, um dos principais objetos de análise da presente discussão. Este foi, além de palco para os jogos, o ponto de convergência e expoente maior do que representam as ações governamentais relativas a Copa na Cidade, incorporando em si o padrão estético pós-modernista do que foi planejado pelo poder público estadual para a capital cearense. Assim como o Castelão, o VLT (Veículo Leve sobre Trilhos) e a reforma de vias e de espaços urbanos da cidade ancoradas em padrões estéticos típicos da arquitetura e urbanismo contemporâneos, serão analisados para o entendimento do processo de construção da imagem pública de Fortaleza no contexto da Copa 2014.

O presente texto estrutura-se em cinco capítulos. No primeiro deles, busca-se a compreensão da construção dos megaeventos como estratégia de promoção da imagem das grandes cidades contemporâneas com base no empreendedorismo urbano (Harvey, 2006), entendendo-se como esta perspectiva insere-se na capital cearense a partir dos "Governos das Mudanças"¹². No segundo capítulo, o objetivo é o entendimento do que foi o processo de construção da Copa no Brasil e em Fortaleza, os jogos de poder e o cenário das transformações nas cidades-sede do país e a análise das imagens produzidas a partir do poder público estadual durante o processo de preparação para o Mundial. No terceiro, serão discutidas as imagens do Mundial na Capital a partir da mídia, do capital privado e dos movimentos sociais.

¹² Como será visto, os "Governos das Mudanças" foram gestões conduzidas pelo grupo liderado pelo empresário Tasso Jereissati, cujas administrações apontavam para o aprofundamento da industrialização do Estado e a adaptação ao modelo neoliberal de política pública e que tinham como marca do discurso o distanciamento em relação às práticas tradicionais coronelistas do Governo praticadas até os anos 1980 no Ceará.

Estas imagens dadas no momento preparatório do evento serão contrapostas às produzidas ao longo do Mundial durante o quarto capítulo do texto, compreendendo-se a diferenciação entre o que foi construído no momento anterior à Copa e o que, de fato, se deu durante o evento. Por fim, contemplando o pós-festa e considerando que a dinamização do turismo foi o foco maior da preparação e realização da Copa na Cidade, pretende-se lançar no quinto capítulo, uma luz a respeito de qual imagem o visitante nacional e internacional construiu de Fortaleza. Pretende-se, também, descrever os tipos de usos que o principal equipamento do Mundial de Fortaleza, o Castelão, estabeleceu ao longo de quase dois anos após o evento, sendo possível daí avaliar quais resultados objetivos até o momento consolidaram-se.

CAPÍTULO 1 - OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DAS CIDADES

Os eventos considerados 'mega' são assim denominados por sua grandiosidade, em termos de público, nível de recursos públicos e privados, efeitos políticos, extensão de cobertura midiática, construção de instalações e impacto sobre as cidades que os recebem (HORNE; MANZENREITER, 2006). Neste sentido, diferentes ocasiões podem ser consideradas megaeventos, entrando nesta definição o carnaval do Rio de Janeiro, que é a festa popular com maior público no mundo (com frequência anual de cerca de 2 milhões de pessoas), segundo o Livro dos Recordes¹³, ou Tsunamis, fenômenos da natureza que atraem cobertura midiática global (CURI, 2013). O presente estudo irá deter-se na análise da relação dos megaeventos esportivos com o processo de construção de imagens das cidades, mais especificamente, no contexto de uma Copa do Mundo, a qual possui suas particularidades em relação a outros grandes encontros do gênero, como as Olimpíadas.

Para Da Matta (2006), diferentemente dos Jogos Olímpicos, que celebram o indivíduo universal e suas habilidades em ser o mais rápido, mais alto, mais forte¹⁴, em uma Copa do Mundo, a coletividade se coloca como principal referência do espectador, o que é representado, por exemplo, no epíteto "pátria de chuteiras", criado por Nelson Rodrigues (2013)¹⁵ para representar o contexto brasileiro durante uma Copa. Em outra perspectiva, tem-se ainda o fato de que o futebol é, por si só, um esporte com a marca da indefinição. É praticado principalmente com os pés, membros que não inspiram tanto controle e destreza quanto as mãos e, além disto, a dinâmica da partida propicia alterações bruscas do resultado, possibilitando que nem sempre o time mais forte seja o vencedor.

Estes aspectos se somam à simplicidade e praticidade da prática do futebol, pois qualquer terreno plano, uma bola e duas metas improvisadas

¹³ Disponível em <http://www.guinnessworldrecords.com/records-11000/largest-carnival/>. Acesso em 02/05/14

¹⁴ O Lema Olímpico *Citius, Altius, Fortius*, que em latim significa "mais rápido, mais alto, mais forte", foi criado pelo padre Henri Didon e amigo do Barão Pierre de Coubertin quando da criação do Comitê Olímpico Internacional em 1894. Disponível em: <https://www.significados.com.br/citius-altius-fortius/>. Acesso em 10/09/16.

¹⁵ Disponível em: <http://www.ediouro.com.br/lancamentosdenelsonrodrigues/livros/ImagePatriaDeChuteiras%20em%20Baixa.pdf>. Acesso em 10/09/16.

possibilitam o exercício deste esporte, o que faz com que seja relativamente barato e acessível, inclusive aos povos mais pobres, gerando daí uma identificação com a prática e com os jogadores ao redor do mundo. Neste sentido, a Copa seria o expoente máximo desta vivência do futebol que mobiliza multidões e seus sentimentos.

Como iniciativas que despertam o interesse de multidões, a Copa e as Olimpíadas são ocasiões ímpares onde se pode perceber o largo alcance e a rápida velocidade de circulação de informações e imagens, possíveis na era da midiatização global. Estes eventos têm como palco o urbano e vêm tomando nas últimas décadas espaço cada vez maior no pensamento sobre a cidade.

Este crescimento em importância se insere numa fase da globalização em que os transportes, a comunicação e a economia ultrapassam cada vez mais fronteiras territoriais e a imagem de uma cidade produzida durante um megaevento esportivo se converte em algo que potencializa em nível global a divulgação de mercadorias relacionadas à ocasião e à própria cidade-sede. Não por acaso os megaeventos, incluindo os esportivos, vem se constituindo como oportunidades onde as cidades-sede, principalmente aquelas que se situam de forma periférica no fluxo de capital global, procuram se mostrar e se integrar ao "mapa do mundo" ou, pelo menos por um curto período de tempo, colocar-se como centro de convergência da atenção mundial.

Com isto, a realização desses eventos vem sendo quase sempre justificada por seus promotores, com alegações de que, a partir da valorização global da imagem de um anfitrião, há a oportunidade de incrementar lucros privados e o conseqüente aumento na arrecadação de impostos por parte dos entes públicos. Além disto, haveria a elevação simbólica da cidade-sede como partícipe do cenário político e econômico global.

Na busca pelo entendimento destas alegações, detalhar-se-á a seguir a discussão acerca da base conceitual que sustenta os megaeventos como elemento de política pública das cidades contemporâneas, e em particular, como esta visão insere-se na realidade da capital cearense. Estas bases conceituais passam: 1) pela significação na atualidade da construção da imagem de uma cidade como política pública ; 2) pelos padrões vigentes de empreendedorismo urbano de gestão e a busca por reconfigurações políticas e econômicas no cenário atual do "mapa do mundo" das cidades; 3) o processo

de modernização da imagem da capital cearense a partir dos Governos das Mudanças; 4) o turismo como vetor de *city marketing*; 5) a questão dos "legados" da realização de um megaevento em uma cidade; 6) a construção do evento Copa do Mundo como principal vitrine; e 7) como cidades situadas na periferia do capitalismo global realizam uma Copa do Mundo, tomando-se em análise similaridades da atuação da África do Sul em 2010 com o caso brasileiro.

1.1.A imagem de uma cidade como "política pública".

A construção de imagens para empresas ou governos passou a ser um lucrativo mercado para as consultorias especializadas no *Image Making* e a grande procura pela arte de "produzir" uma imagem elevou astronomicamente os custos, desde a construção de uma simples logomarca até formas mais elaboradas como o planejamento urbano, que passa a ter sobrevalorizado o enfoque na produção imagética em seu fim e não questões que, em tese, seriam pautas, como o direito à cidade. Neste sentido, Harvey (2006, p. 260) afirma que:

[...] as imagens se tornaram, em certo sentido, mercadorias. Esse fenômeno levou Baudrillard (1981) a alegar que a análise marxiana da produção de mercadorias está ultrapassada, porque o capitalismo agora tem a preocupação predominante com a produção de signos, imagens e sistemas de signos, e não com as próprias mercadorias. [...] Na realidade, os sistemas de produção e comercialização de imagens (tal como os mercados da terra, dos bens públicos ou da força de trabalho) de fato exibem algumas características especiais que precisam ser consideradas. O tempo de giro do consumo de certas imagens com certeza pode ser bem curto (perto do ideal do "pisca-olhos" que Marx viu como ótima da perspectiva da circulação do capital).

Desta forma, tomando a produção de imagens de uma cidade como uma estratégia para a rápida circulação dos atributos de um espaço urbano, Borja e Castells (1996), em *As Cidades como atores Políticos*, defendem, como um dos elementos do projeto-cidade de uma urbe contemporânea, a construção/modificação de imagens que esta projeta de si mesma para o

exterior. Esta prática seria uma resposta às crises ou sensações de crise e à necessidade da integração de uma cidade aos espaços econômicos e culturais globais. Este processo de construção de imagem de uma cidade deve ser, sobretudo, um empreendimento de comunicação que mobilize os seus cidadãos, realizando uma promoção interna e externa da marca da cidade. Para tanto, o instrumento utilizado é o plano estratégico que leve em consideração a exaltação de atributos que posicione estrategicamente uma cidade nos fluxos de capitais globais. Este planejamento:

[...] pretende integrar uma população que, muitas vezes, se sente excluída ou pouco levada em conta. O Projeto-cidade é um empreendimento de comunicação e de mobilização dos cidadãos e de promoção interna e externa da urbe. (BORJA; CASTELLS, 1995, p.158)

Contudo, uma vez considerada a imagem de uma cidade frente aos fluxos globais de capital como peça do planejamento urbano, surge a questão: de fato, em que consiste a imagem de uma cidade? Como se sintetiza as mais variadas representações de uma urbe com milhões de habitantes e milhões de representações distintas do tecido urbano? A captação destas imagens de uma cidade tem na análise de Lynch (1999) um marco metodológico. O autor entendia estas como o fruto da experiência entre o observador e o meio que o circunda. Uma "imagem pública" de uma cidade seria, portanto, uma síntese das experiências vivenciadas pela maior parte dos indivíduos em uma determinada realidade física, ou seja:

as figuras mentais comuns que um grande número de habitantes de uma cidade possui, [seriam as] áreas de acordo, cujo aparecimento pode ser verificado na interação de uma realidade física única, uma cultura comum e uma natureza psicológica básica" (LYNCH, 1999, p.17).

Na visão do autor, são estas imagens que interessam à grande parte dos planejadores urbanos. Para Lynch (1999), elas possuem em sua essência três componentes: *identidade*, *estrutura* e *significado*. *Identidade* no sentido de individualidade ou particularidade a que a imagem se refira; *estrutura*, no tocante a que tipo de relação estrutural ou espacial esta possua com o observador ou outros objetos; e, por último, *significado*, sendo este o

entendimento, quer prático ou emocional, que determinada imagem possua para o observador ou grupo de observadores.

Contudo, o entendimento de Lynch (1999) de imagem pública de uma cidade apresenta limitações quando se verifica que nem sempre a imagem de uma cidade está necessariamente atrelada à interação com uma realidade física única ou à forma que se apresenta aos olhos do observador. Como afirma Debord (1997), as imagens, numa *sociedade do espetáculo*, transformam a vida humana em imagem autônoma, a qual pode ser moldada, espetacularizada e vendável, tornando os indivíduos atores e espectadores do seu próprio cotidiano.

As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo à parte, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo (DEBORD, 1999, p.13-14).

Desta forma, na contemporaneidade, à exemplo de um espetáculo, uma imagem pode ser moldada independentemente da realidade a que se refere, tornando-se, em sua fase extrema, um *simulacro*, conceito no qual Baudrillard (1991) caracteriza a desvinculação máxima entre uma imagem e a realidade. Para o autor a simulação é a oposição da representação. Enquanto a representação delimita o simulacro como falsa realidade, a imagem simulada distorce a realidade incorporando-a ou moldando-a, podendo chegar ao ponto de subvertê-la.

Assim é a simulação, naquilo em que se opõe à representação. Esta parte do princípio de equivalência do signo e do real (mesmo se esta equivalência é utópica, é um axioma fundamental). A simulação parte, ao contrário, da utopia, do princípio de equivalência, parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda referência. Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro. Seriam estas as fases sucessivas da imagem: 1) ela é o reflexo de uma realidade profunda; 2) ela mascara e

deforma uma realidade profunda; 3) ela mascara a ausência de realidade profunda; e 4) ela não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro (BAUDRILLARD, 1991, p.13).

Este aspecto da imagem se insere no quadro da dinamização da modernidade, ou o que alguns autores contemporâneos, tais como Anderson (1999) e Harvey (2006), relacionam à subjetividade inerente a uma “pós-modernidade”. Este novo período histórico, ou ainda, esta nova forma de ambiente cultural, consolidada especialmente na segunda metade do século XX com a dinamização dos fluxos de capital e circulação de mercadorias, traria em si uma crítica à perspectiva homogeneizante da modernidade e, portanto, uma valorização das representações ou imagens locais e suas especificidades. No entanto, este reconhecimento das particularidades locais muitas vezes é dado por meio de simulacros ou pastiches¹⁶.

A luta global por reconhecimento, construção de significados e identidade cultural de uma determinada cidade insere-se assim no âmbito da globalização¹⁷ e da atual expansão do capitalismo mundial, trazendo esta luta por diferenciação ao longo do processo de padronização das relações humanas em escala global. Desta forma, o grito particularista frente às metanarrativas ou grandes teorias totalizantes lançado, inicialmente, em artes como a literatura, o cinema e a pintura, também pode ser visto no mercado mundial como uma busca por diferencial ou reconhecimento nos circuitos globais do capital. Assim, como coloca Anderson (1999, p. 67),

[...] a cultura necessariamente expandiu-se ao ponto de tornar praticamente coextensiva à própria economia, não apenas como base sintomática de algumas das maiores indústrias do mundo - com o turismo agora superando todos os outros setores em emprego global - mas de maneira muito mais profunda, uma vez que todo objeto material ou serviço imaterial vira, de forma inseparável, uma marca trabalhável ou produto vendável. A cultura nesse sentido, como inevitável tecido da vida no capitalismo avançado, é agora a nossa segunda

¹⁶ O pastiche é, sobretudo, a utilização do referencial histórico em construções que pouco se relacionam com este. É, portanto, uma colagem atemporal. Segundo HOLANDA (2004) é uma “obra literária ou artística imitada servilmente de outra”.

¹⁷ A globalização se refere principalmente ao processo no qual a distância temporal ou espacial se torna de tal forma “desencaixada” de amarras, que eventos mais longínquos influenciam-se mutuamente. Isso ocorre devido ao entrelaçamento dos sistemas sociais abstratos existentes na atualidade, os quais estão estruturados cada vez mais em âmbito mundial (GIDDENS,1991).

natureza. Enquanto o modernismo extraía seu propósito e energias da persistência do que ainda não era moderno, do legado de um passado ainda pré-industrial, o pós-modernismo é a superação dessa distância, a superação de cada poro do mundo com o soro do capital.

Neste sentido, considerando a visão de Bauman (2012) de cultura como cultivo de um espírito coletivo, que se superpõe ao individual, este simulacro ou imagem construída no contexto da disputa global por mercados relaciona-se à noção de identidade cultural. Partindo da concepção de Hall (2005) de "costura" ou "sutura" das representações de uma sociedade, temos que a identidade cultural é tanto um conceito que se aplica no nível individual, dos sujeitos, como também a um grupo ou uma cidade. Com isto, as imagens de uma cidade, uma vez que atuam como elemento de simulação (BAUDRILLARD, 1991) de uma identidade para a venda da imagem urbana, distorcem expressões da cultura popular de acordo com a conveniência dos jogos do mercado.

Vale ressaltar que a formação da identidade cultural de um sujeito, de um grupo social ou de uma cidade deveria preencher o espaço entre o mundo pessoal e o público, ou seja, um alinhamento dinâmico entre sentimentos subjetivos em relação ao seu lugar no mundo, o que não é um processo estanque. No entanto, quando se coloca a perspectiva da assunção de uma identidade cultural vendável, esta congela a dinâmica cultural de uma cidade em um simulacro.

Segundo Hall (2005), o processo de constituição de uma identidade cultural de uma cidade no nível local advém do *status* temporário de disputas simbólicas oriundas de um espaço urbano em seu próprio âmbito, dado a partir de imagens que sintetizam um processo local de reconhecimento e representação. Isto se mostra, por exemplo, no processo de debate ou disputa entre os grupos sociais locais para a definição em uma cidade de quais símbolos ou imagens a representam.

Contudo, para que estas imagens do espaço urbano ocupem uma abrangência para além do local, uma outra luta simbólica deve ser travada, agora não mais, simplesmente, entre grupos sociais de uma cidade isoladamente, mas sim, no âmbito da correlações de forças políticas e econômicas entre diferentes cidades. Isto se tornou uma prática comum no

planejamento urbano das últimas décadas do século XX e princípio do XXI, pois a concepção da gestão competitiva da cidade nos moldes de uma empresa capitalista consolidou-se entre os gestores públicos (SÁNCHEZ, 2010).

Como afirma Sánchez (2010), o espaço urbano, por se tornar cada vez mais padronizado pela expansão do capitalismo global - e também ser o principal produto a ser vendido pelas cidades - vem, de forma crescente, aliando, às marcas ou imagens reconhecidas pelo poder estabelecido, elementos da cultura local como estratégia para auferir valor agregado na venda do espaço urbano e diferencial frente a outras realidades. Como foi dito, esta comercialização visa essencialmente a inserção de uma urbe no fluxo global de circulação de capitais, seja por meio do turismo de entretenimento e de negócios, seja pela possibilidade de venda do espaço urbano em nível global, com a instalação de multinacionais.

Porém, como afirma Hall (2005), neste alto estágio da modernidade, o processo de reconhecimento global das identidades culturais das cidades encontra especial dificuldade. Isto se dá pela velocidade de circulação de informações e mercadorias aos quais somos confrontados e por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, o que faz com que a disputa pela atenção do receptor das imagens e identidades das cidades seja mais ferrenha a cada dia.

Neste cenário, segundo Seixas (2010), no momento em que se tem oportunidade para a reunião dessa diversidade global, dessas possíveis identidades em um só espaço, nos moldes de uma grande exposição, em um grande evento, tem-se aí uma valorização do ponto de vista, tanto simbólico, como econômico da sociedade anfitriã, pois esta se torna referência para as outras, forçando, com isto, um reconhecimento global das cidades-sede. Estas têm atualmente sua expressão máxima, principalmente, nos megaeventos esportivos, pois o caráter dramático desses eventos e a enorme audiência envolvida possibilita que as cidades-sede ampliem em nível global a divulgação das suas imagens ou identidade cultural, tornando assim estas oportunidades objetos de desejos e disputas entre elas. Assim megaeventos

[...] tem se colocado como uma das mais relevantes linhas de exaltação e de demonstração de hegemonia e de poder político-econômico e cultural das nações e das cidades mais dominantes do planeta [...]. Cada megaevento permite a consolidação de uma determinada temporalidade geracional. De forma notável, os megaeventos combinam em si um duplo caráter de *hub* (centralidade nodular) espacial e urbano, mas também de *hub* temporal (SEIXAS, 2010, p.6).

É neste sentido que a imagem de uma cidade em um megaevento, como qualquer mercadoria na pós-modernidade, procura cada vez mais elementos de diferenciação, para que afirme sua particularidade em relação a outras. Considerando que a imagem pública de uma cidade não necessariamente está atrelada a uma representação do real, Weber (2009) propõe que a imagem de uma cidade contemporânea estaria muito mais "vinculada a conceitos como aparência, carisma, verdade e realidade; imagens midiaticizadas; simulações, encenações de personagens em busca de uma Imagem Pública rentável" (WEBER, 2009, p.13).

Neste ponto Weber (2009) caracteriza a imagem pública sob a ótica de dois aspectos: a imagem desejada pela instituição ou grupo social e a percebida, individualmente ou pela mídia e/ou formadores de opinião. Desta forma, é que este estudo objetiva a análise de qual imagem surge da capital cearense a partir da Copa 2014. De um lado, analisando qual imagem mostra-se como a desejada, principalmente, por parte dos governos e de setores do capital privado e, de outro, como esta imagem é percebida a partir da mídia, de entrevistas com torcedores, técnicos e movimentos sociais, além da observação em campo.

No tocante à análise da imagem percebida, vale destacar as três dimensões da imagem, de acordo com Baldissera (2008). O autor coloca que a imagem no processo de comunicação-significação, dado entre o emissor e receptor destas insere-se como: 1) físico-visível, ou seja, aquela que o receptor percebe diretamente; 2) linguagem, caracterizando-se como representações secundárias dadas através de mensagens (desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, vídeos etc); e 3) a imagem-conceito, que é o juízo de valor, apreciação, conceito que a mente humana (ou grupo) atribui a alguém, a algo ou a alguma coisa (pessoa, instituição, organização, processo, objeto).

No que se refere à análise da compreensão de quais imagens públicas são as "desejadas", insere-se a necessidade de entendimento do processo de construção dessas imagens, descrito por Barata (2002). Para a autora, as imagens públicas constituem-se: 1) a partir do que uma organização ou grupo social faz dos seus produtos, serviços, meios técnicos, eventos etc; 2) do modo como faz, o estilo que o acompanha, a ação técnica, funcional e operacional que torna manifesta a sua identidade e singularidade; e 3) do modo como comunica a ação simbólica - aquilo que explicita, o que conota, o que dá a entender e o que não diz que deveria dizer.

Nesta luta pela definição da imagem de uma cidade é possível se observar que os atores sociais podem construir representações concretas das imagens desejadas. Estas são as paisagens de poder e expressam a síntese do poder instituído de uma cidade onde a arquitetura, por exemplo, e suas formas de desenho urbano ou de edifícios, além de ser o texto de uma cidade é, ao mesmo tempo, o símbolo de como um grupo dominante apropria-se do espaço urbano (ZUKIN, 2000). Como afirma a autora:

A paisagem é, em grande parte uma construção material, mas também é uma representação simbólica das relações sociais e espaciais. A paisagem "coloca" homens e mulheres em relação com os grupos sociais e os recursos materiais, bem como nos coloca - como observadores - em relação aos homens e mulheres, as instituições e os processos observados por nós. A paisagem é uma poderosa expressão das restrições estruturais de uma cidade. Com frequência, o que observamos como paisagem - aquilo que é construído, escondido e que resiste - é uma paisagem de poder. (Zukin, 2000, p. 106)

Desta forma, não é por acaso que ao se tentar referenciar uma determinada cidade, as imagens de monumentos sejam elementos recorrentes. Estes possuem, como afirma Lefebvre (1999), uma dupla característica: a de ser expressão do poder de representação do espaço urbano e também espaços de vivência coletiva. É a partir dos monumentos que a representação coletiva de uma sociedade se expressa; contudo, esta vivência coletiva é construída, em sua essência, pela imposição de uma visão dominante.

Neste sentido, nas paisagens que geralmente integram a divulgação interna e externa de uma cidade, é recorrente a presença de monumentos como igrejas, estátuas, prédios públicos ou símbolos da economia e produção

do conhecimento local do poder estabelecido, além de representações da cultura tradicional canceladas por estes setores. Com isto, ao se lançar as imagens de uma cidade globalmente, além da divulgação da "marca" do poder estabelecido de uma determinada realidade urbana, em outra perspectiva, ocorre a propagação rápida, em escala mundial, da visão de uma parcela dominante da sociedade estabelecida. Lefebvre (1999, p. 32) entende este processo através do conceito de monumento, o qual para o autor é:

essencialmente repressivo. Ele é a sede de uma instituição (a Igreja, o Estado, a Universidade). Se ele organiza em torno de si o espaço, é para colonizá-lo e oprimi-lo. Os grandes monumentos foram erguidos à glória dos conquistadores, dos poderosos. [...]. [O monumento, por outro lado] é o único lugar de vida coletiva (social) que se pode conceber e imaginar. Se ele controla, é para reunir. Beleza e monumentalidade caminham juntas.

Contudo, em outra perspectiva, De Certeau (1998) afirma que as paisagens urbanas e imagens de poder que passam a representar uma cidade, ao mesmo tempo que são criadas, oriundas da dialética da imposição do poder social no tecido da cidade, também podem ser recriadas ou reapropriadas a partir de táticas e subterfúgios que são exercidas no cotidiano pelos grupos dominados, forçando a concessão a estes de algum espaço na constituição da imagem de uma cidade a ser divulgada globalmente.

Na definição de Leite (2004), quando incorporadas no cotidiano da cidade, estas reapropriações do espaço urbano realizadas por grupos subalternos incorporam-se à imagem de uma cidade e se transformam em *contrausos* destas, modificando determinado desenho urbano ou forma da cidade não mais na simples representação do poder estabelecido, mas sim na expressão do que resiste, do que escapa ao controle da significação dominante do espaço. Isto, por sua vez, também é um elemento que acaba constituindo uma paisagem ou imagem urbana, representando em si, o cenário das disputas simbólicas sociais locais. Neste sentido é que, como se verá, a imagem de Fortaleza durante a Copa não pôde ser construída sem os elementos de subversão de sua imagem oficial, representados, por exemplo, nas figuras dos ambulantes não autorizados ou na comercialização de produtos não cancelados pela FIFA e pelo poder público.

Porém, mesmo tendo em vista as resistências cotidianas que se apresentam aos planos de poder no âmbito das cidades, o processo de imposição de imagens públicas é a marca do modelo de *governança empreendedorista*, ou em outras palavras, da administração de uma cidade aos moldes de uma empresa capitalista. Isto é o que se verá a seguir ao se analisar como se consolidou tal paradigma.

1.2. A governança empreendedorista e a cidade global como um novo paradigma

Durante a década de 1970, como resposta à crise do capitalismo global, em que a recessão, a desindustrialização e o desemprego apareciam como marcas "estruturais" da economia global, uma nova perspectiva da gestão das cidades passou a se consolidar nos países capitalistas mais avançados, como os Estados Unidos e a Inglaterra. Esta, diferentemente da perspectiva eminentemente administrativa e burocrática das gestões locais até então, pregava o Estado como agente responsável pela atração da circulação do capital nos contextos locais, através de novas estratégias como é o caso, por exemplo, das parcerias público-privadas (PPP's).

Este novo paradigma surge, segundo Harvey (2001), em um momento em que a capacidade do estado-nação de controlar os fluxos financeiros das empresas parecia declinar e o investimento das empresas passa a concentrar suas negociações com os poderes públicos locais e não com as instâncias mais abrangentes de governo. Casos como da cidade de Baltimore (EUA) nos anos 1970, cuja estratégia do poder público de renovar o uso de um ancoradouro com a formação de um centro de entretenimento e comércio, alavancando significativamente o turismo e gerando empregos em plena recessão, tornaram-se modelos copiados por outras cidades americanas e do resto do mundo, inspirando até hoje outras realidades urbanas.

O fato é que desde então, segundo o autor, este é um movimento crescente e parece ter consolidado o papel empreendedor das gestões urbanas. Tal conceito amplifica na cartilha da gestão urbana contemporânea a noção de risco, o que contrasta com a racionalidade e a previsibilidade que

constituíram o pensamento sobre a cidade com o urbanismo modernista. Neste sentido, uma cidade passa a assumir os riscos de um investimento em parceria com a iniciativa privada na expectativa do retorno em forma de geração de empregos e dinamização da economia local.

Esta nova perspectiva da gestão urbana, como afirma Harvey (2005), além de possuir a noção de Parceria Público-Privada (PPP's) e investimentos de risco como elementos constituintes, tem como marca a busca pela construção de uma imagem positiva da realidade local, como condição para o bom ambiente de negócios e a ideia de que o investimento é feito no "local certo com as pessoas certas".

Em Baltimore, o momento de transição pode ser fixado com exatidão. Em 1978, um referendo aprovado por estreita margem após uma vigorosa e litigiosa campanha política sancionou o uso de uma área pública para um empreendimento imobiliário privado, que se tornou o espetacular e exitoso *Harborplace*. Depois disso, a política de parceria público-privada conquistou confiança popular, assim como a efetiva presença oculta em quase tudo que envolvia governança urbana (HARVEY, 2005, p.173).

Esta ideia é defendida por Borja e Castells (1996) quase como um novo receituário urbano, onde o planejamento de uma cidade deve, necessariamente, passar pela adoção das PPP's desde o seu momento inicial. Para que isto ocorra, é necessária a liderança, seja de agentes públicos ou privados, e a construção de uma coalizão na cidade. A ideia é que haja a convergência para um sentimento de patriotismo na população local para que os riscos assumidos sejam consensuados:

[...] a definição de um projeto de Futuro só será eficaz se mobilizar, desde o seu momento inicial, os atores urbanos públicos e privados e concretizar-se em ações e medidas que possam começar a implementar-se de imediato. Somente assim, verificar-se-á a viabilidade do plano, gerar-se-á a confiança entre os agentes que o promovem e poder-se-á construir um consenso público que derive numa cultura cívica e num patriotismo de cidade (BORJA e CASTELLS, 1996, 158).

Uma vez estabelecida tal tipo de coalizão, entre outras estratégias adotadas pelas cidades para a atração de investimentos, o empreendedorismo

urbano busca construir vantagens competitivas de uma cidade frente às demais, fazendo com que tais diferenciais atraiam investimentos voltados ao desenvolvimento urbano na atualidade. Estes comumente são assim descritos por Sánchez (2010):

- 1) Vantagens na oferta de recursos naturais de uma cidade (por exemplo, petróleo, clima etc.);
- 2) Oferecimento de subsídios (isenções fiscais, crédito barato, aquisição de terrenos, oferta de infraestrutura subsidiada como água e energia);
- 3) Oferta de mão de obra qualificada ou força de trabalho barata como atrativos;
- 4) Infraestrutura de transporte e comunicação como forma da dinamização da circulação do capital como diferencial competitivo para as empresas, e
- 5) Venda qualificada do espaço urbano para o consumo, seja por meio de atrativos culturais, esportivos, turísticos, de compras, ou entretenimento em geral. Neste último ponto, insere-se a realização de festivais, eventos culturais e grandes eventos esportivos como forma da promoção da imagem da cidade e dinamização da economia local.

Toda esta disputa entre as cidades pela fixação do capital fez com que as empresas multinacionais barateassem muito mais os custos do deslocamento de local, sempre à procura de cada vez mais vantagens ofertadas, construindo, desta forma, uma perspectiva onde os governos locais passam a sustentar, de fato, a iniciativa privada, ao invés de simplesmente estimulá-la.

Assim, os aspectos aqui já abordados em relação ao novo padrão de governança local do final do século XX e princípio do XXI, configuram o empreendedorismo urbano: 1) busca pela construção de uma imagem positiva interna e externa das cidades, no sentido de se integrarem economicamente e culturalmente ao mundo globalizado; 2) estabelecimento de aliança junto a iniciativa privada, com o fim de potencializar os investimentos em infraestrutura e desburocratização das ações; 3) a oferta de vantagens competitivas ao mercado; e 4) a geração de um sentimento patriótico em prol dos riscos de investimento assumidos. Além destes aspectos citados, Borja e Castells (1996) destacam ainda que os governos locais devem também ser promotores da

inovação democrática no sentido do incentivo à participação popular, a cooperação social e a integração de políticas urbanas.

É importante destacar que este processo de atração do capital privado através deste modelo de governança, segundo Harvey (2001), tem fortes efeitos políticos e sociais em uma gestão urbana. Como é observado nos diversos exemplos de cidades empreendedoristas - o caso mesmo de Baltimore (EUA) - a atração do capital multinacional, por si só, não transformou a realidade excludente e contraditória de uma cidade. O que se percebe, em geral, como afirma o autor, é o incremento na desigualdade de renda na sociedade. Neste sentido, a construção da imagem do poder público fomentador do "progresso" e desenvolvimento econômico passa a construir um capital político alienante, focado na aparência e não na resolução da essência das condições de vida em uma cidade.

Aqui é importante destacar a tese de Florestan Fernandes (2005) a respeito da "modernização conservadora", modelo de desenvolvimento típico das grandes cidades brasileiras sobre o qual o autor afirma que as utopias ligadas ao estado democrático de direito estabelecido (a igualdade, a fraternidade e a liberdade) são abandonados tornando-se nada mais do que "quinquilharias históricas libertárias de origem europeia" (FERNANDES, 2005, p. 366). Desta forma, "na medida em que não perturbem o desenvolvimento capitalista interno nem o equilíbrio do sistema capitalista mundial", ou, ainda, na medida em que sejam "úteis para a intensificação da acumulação capitalista", os problemas não precisam ser combatidos, o que cristaliza uma condição de classe "egoística e irresponsável". Ou seja, através de um conjunto de mudanças lideradas pelo Estado que visam modernizar os meios de produção não há preocupação em interferir nas relações desiguais de produção, acomodando os interesses dos setores dominantes e sem alterar significativamente a estrutura e o acesso ao poder. Essa estratégia se resume à mudança infraestrutural que permite a adaptação às demandas produtivas do capitalismo globalizado, mas com a "participação popular", restringindo-se ao fornecimento de mão de obra na cadeia econômica incentivada.

Este aspecto soma-se também ao fato de que, como afirmam Borja e Castells (1996), a mobilização para a construção de uma imagem interna e externa positiva de uma cidade no âmbito de um evento como uma Copa,

principalmente quando ocorre em cidades que não são grandes capitais ou ainda não reconhecidas internacionalmente, requer quase sempre a existência de uma figura política que consiga mobilizar os agentes públicos e privados em prol desta imagem externa. Como afirmam os autores:

O governo local deve favorecer o acordo com outras administrações públicas e a cooperação público-privada como meio para realizar tanto a promoção exterior citada como aquelas obras e serviços que os déficits acumulados, as novas demandas urbanas e a mudança de escala da cidade exigem. O acordo e a cooperação demandam iniciativa política, inovação legal e financeira e consenso entre os cidadãos (BORJA; CASTELLS, 1996, p.160).

Com isto, este agente político deve realizar esta mobilização a partir do que Bourdieu (2005) chama de *capital político*. Esta abordagem indica que governos locais (e seus agentes políticos) devem se tornar uma espécie de extensão das imagens de cidades e seus feitos (materiais ou simbólicos) em nível global, contribuindo, por outro lado, para a ampliação do capital político destes governantes. Incrementa-se daí a confusão entre o público e privado, principalmente, através da proposição da estreita ligação entre entes públicos e capital privado, expressas, seja através das PPP's ou da personificação de agentes públicos como empreendedores urbanos. Sobre este tipo de capital Bourdieu (2005, p.31) afirma que:

é preciso levantar a hipótese de que existe um outro princípio de diferenciação, ou outro tipo de capital, cuja distribuição desigual está na base das diferenças constatadas, particularmente no consumo e nos estilos de vida. Estou pensando aqui no que poderíamos chamar de capital político, que assegura a seus detentores uma forma de apropriação privada dos bens e de serviços públicos (residências, veículos, hospitais, escolas etc.).

Para Sánchez (2010), toda esta movimentação política e econômica no contexto contemporâneo das cidades remete geralmente ao incentivo às experiências de consumo vivenciadas com o turismo de lazer ou de negócios, visando usuários solventes, que consomem na cidade sem se fixar. Pois, do contrário, constituiriam um passivo a ser administrado com a necessidade da

ampliação da infraestrutura urbana, gerando, em consequência, custos adicionais para as administrações públicas. Consolida-se daí a busca pela efemeridade do consumo como incremento da economia local, o que se coaduna, segundo a autora, com a superficialidade das discussões sobre as problemáticas do espaço urbano. Questões como a segregação espacial e os impactos deste tipo de "política pública" têm como marca a não participação popular nas discussões e decisões centrais de intervenções e gastos públicos, deixando a ação democrática, quando muito, como algo acessório.

Segundo Vainer (2000), partindo-se do pressuposto da exacerbação da aparência em detrimento da essência das políticas públicas, cada vez mais se atribui maior importância ao *marketing* de uma cidade (ou *city marketing*), o que se configura, de fato, nas formas de venda de um determinado espaço urbano. Nas palavras do autor, o que realmente se vende em uma cidade são:

[...] atributos específicos que constituem, de uma maneira ou de outra, insumos valorizados pelo capital transnacional: espaço para convenções e feiras, parques industriais e tecnológicos, oficinas de informação e assessoramento a investidores e empresários, torres de comunicação e comércio, segurança [...]. (VAINER, 2000, p.78).

O *city marketing*, ou seja, a imagem que uma cidade pode vender a seus possíveis "consumidores", tem como principal produto o espaço urbano e sua conexão com atrativos turísticos e oportunidades de negócios, aspectos valorizados e divulgados em megaeventos, excelentes espaços de divulgação, uma vez que estes são reconhecidos mundialmente. Porém, tais imagens públicas convertidas em produtos, a serem objetos do *city marketing*, retiram da cidade o que lhe é politicamente essencial para a experiência da democracia: a multiplicidade como coexistência e possibilidade de conflito (SÁNCHEZ,2010).

Consequentemente, pode-se inferir que, para uma cidade se colocar neste circuito de atuação, devem ser feitas pelo menos definições: 1) a forma como é vendida; 2) o modo como é administrada, geralmente inspirada nos ditames empresariais; e 3) o sentimento de identidade que se tenta gerar e difundir como uma marca constitutiva neste ambiente de competição (VAINER, 2000). Com isto, a busca pela construção da imagem de uma cidade através

do *city marketing* e a perspectiva da gestão urbana, amparada no receituário do empreendedorismo urbano, tem como uma das premissas o ingresso nos principais espaços econômicos e culturais ou fluxos de capitais mais centrais .

As cidades que integram este perfil são chamadas por Sassen (1998) como *ciudades globais*, ou urbes que formam uma rede de centros de coordenação, controle e prestação de serviços para o capital global. Carvalho (2000) analisa que a definição atual do termo atende a um tipo ideal weberiano que caracteriza tais metrópoles como "nós" ou "pontos nodais" entre a economia nacional e o mercado mundial. Seriam, desta forma, cidades que, independentemente de já terem sido fortemente industriais, passam a abrigar sedes destas empresas multinacionais, cujas atividades econômicas concentram-se no setor de serviços especializados, ou seja, elos da rede decisória do capitalismo mundial.

A participação das cidades consideradas periféricas como Fortaleza nesta rede decisória é buscada, inicialmente, promovendo positivamente a imagem desta como capaz de realizar um evento global e, portanto, seguir padrões internacionais de excelência em organização, mesmo que, para isto, tenha que instaurar regimes legais particulares ou estranhos à realidade local. Isto caracteriza, como afirma Vainer (2009), uma "cidade de exceção", na qual, para o atendimento dos padrões de integração global, ocorre a suspensão da legislação e dos direitos, o que é comum em ocasiões como os megaeventos, radicalizando contextos urbanos marcados pela extrema segregação social e falta de diálogo político quanto às decisões das instâncias de poder.

Isto é algo que, a partir do advento da Copa, consolidou-se em Fortaleza e que, como se verá a seguir, inseriu-se como uma continuidade de uma gestão "modernizadora", presente, ao longo na história recente da capital cearense.

1.3. O processo de modernização da capital cearense a partir dos Governos das Mudanças

Em Fortaleza, a ânsia pela reprodução de ícones e valores típicos da modernidade se inaugura com o período da chamada *Belle Époque*¹⁸ (PONTE, 2001). Compreendida nos anos que vão da segunda metade do século XIX até meados da década de 1930, este é o período em que a capital cearense experimentava os frutos do desenvolvimento econômico propiciado pelo comércio do algodão, começando a respirar os ares modernos, além de vivenciar os primeiros efeitos de seu “inchamento”, impulsionado pelas levas migratórias do interior do Estado. Isto se deu entre 1890 e 1940, com um crescimento populacional que saltou de 40.902 para 180.165 habitantes (SOUZA *et al*, 2000, p. 221), ou seja, um aumento de quase 210%.

Neste ínterim, registros historiográficos e literários retratam como a capital do Ceará, de um lado, vivenciava os frutos de um desenvolvimento moderno propiciado pelos lucros com o comércio algodoeiro, em especial a partir da demanda da indústria têxtil inglesa, impulsionada pela segunda fase da revolução industrial no país; e, de outro, como palco de disputas pelo espaço urbano entre os grupos sociais locais. Estes embates eram potencializados pelas levas de migrantes oriundas do interior do estado, provocadas pelas constantes secas e escassas opções de renda.

Os estratos sociais como os comerciantes e “caixeiros” vão se destacar como parte das classes médias e altas. Assim, ao final do século XIX, os comerciantes se encontram em plena ascensão social, a exemplo da aristocracia de tradicionais famílias, quase todas beneficiadas com o auge do negócio do algodão.

Segundo Ponte (2001), as práticas de lazer e diversão identificadas na *Belle Époque* em Fortaleza, em sua grande parte, vão ter como característica a mescla de elementos provincianos, de uma “cultura local do interior” ou de “cidade pequena”, por um lado, e por outro, o culto à modernidade, ao “progresso” e, acima de tudo, às práticas que demarcam as distâncias sociais

¹⁸ A *Belle Époque* é uma expressão francesa para designar o período de grande desenvolvimento modernista ocorrido nas últimas décadas do século XIX e início do séc. XX na Europa, sobretudo na França, que passa a se tornar, principalmente, para os países mais pobres, o ideal de civilização.

entre as classes. Um retrato disto pode ser notado, por exemplo, no Passeio Público, principal palco do lazer fortalezense naquele período e que oferecia ao passeio das famílias nas alamedas daquele local três pavimentos onde três classes sociais se dividiam, sendo que não havia nenhuma lei que os obrigasse a isto. Otacílio de Azevedo (1992, p. 50) descreve assim os espaços sociais e as demarcações simbólicas que ali ocorriam:

O Passeio Público era uma ampla praça dividida em três partes iguais. A primeira era a Caio Prado, onde fervilhava a fina sociedade local; a parte do meio era a chamada Carapinima, destinada ao pessoal da classe média e onde a banda da Polícia Militar executava operetas e valsas vienenses. A terceira era a Avenida Padre Mororó, frequentada pela ralé – as mulheres da vida, os rufiões e os operários pobres.

Exemplos são abundantes no que diz respeito às demarcações dos espaços sociais frente às diferentes classes no início do século XX. Casos como o dos bondes puxados à tração animal (e os primeiros elétricos) de primeira e segunda classe, que se distinguiam pelas testadas verdes e prateadas, respectivamente; espaços do cemitério São João Batista, o qual separava alamedas de acordo com os estratos sociais, revelam uma cidade que já aparecia dividida. Com isto, o poder instituído tinha como estratégia usual a disciplinarização do espaço urbano, quase sempre mais rigorosa com vendedores ambulantes, mendigos e outros representantes dos estratos sociais menos abastados.

Assim, a partir da tensão entre o conceituado como “atrasado” e o “moderno” (práticas alinhadas com as grandes metrópoles mundiais da época), verificava-se no cotidiano da Fortaleza *Belle Époque*, uma busca pela afirmação dos valores da modernidade. De um lado, as tentativas de disciplinarização da pobreza e da imposição de normas de controle social, que se revelam como uma forma de mascaramento dos problemas sociais ou negação desta pobreza. De outro, se dava, na mesma medida, a resposta destes indivíduos negados, em que, geralmente, era utilizada a sátira ou escárnio frente à obsessão pela cópia dos modelos importados e estranhos à cultura local (PONTE, 2001).

Este tipo de tensão que incorpora o humor como tática frente a um poder estabelecido é caracterizado com o epíteto *Ceará Moleque* que, segundo Silva (2002), é a denominação dada ao “povo pobre ou a todos aqueles que de alguma maneira inobservam as formas de comportamento de uma sociedade dita ‘civilizada’”. O “lugar urbano” ou a “sede social” deste “Ceará Moleque” - como o autor por último citado considera - era a Praça do Ferreira (espaço do “Coração da Cidade”). Eis algumas passagens que informam como se dava esta forma de disputa de forças:

Justamente ali onde desfilavam bondes, automóveis, modas, novidades e gente de todos os segmentos sociais, e onde se concentravam os principais cafés, as mais elegantes lojas e a chefatura da polícia, desfilavam também as vaias, o escárnio, os apelidos e os ditos mais jocosos [...]. Qualquer pessoa, coisa ou episódio que sugerisse exagero ou quebrasse a normalidade do cenário urbano poderia arrancar gargalhadas ou ser motivos para vaias. (PONTE, 2001, p. 176)

Este quadro de diferenciação e exclusão social que se observava na cidade no início do século XX revela a postura das classes dominantes frente às demais em Fortaleza. Afinal, o contexto de remodelação e de aspiração à modernidade representava, principalmente, o anseio dos estratos sociais que haviam acumulado capital e ideais “civilizadores”. Estes eram representados por grupos como os do setor comercial e os profissionais liberais (médicos, bacharéis e outros egressos das academias).

Esta visão da cidade moderna foi atualizada em um outro contexto histórico na capital cearense. Após a segunda guerra mundial, influenciado pela visão desenvolvimentista de intelectuais como Celso Furtado e impelido pela necessidade de ampliar a até então base rural da economia nacional, o Estado brasileiro passa a atuar como indutor de investimentos no setor industrial no Nordeste, principalmente, através da criação de agências de fomento como o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), em 1954, e a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), em 1959.

Este suporte estatal ao Ceará se deu, ao longo dos anos 1960, 1970 e até meados dos anos 1980, à sombra da chamada “política dos coronéis”, período da história do Ceará marcado por governos de coronéis de patente militar ou seus aliados, quais sejam, Cel. Virgílio Távora (1963-1966, 1978-

1982), Plácido Castelo (1966-1970), Cel. César Cals (1971-1975), Cel. Adauto Bezerra (1975-1978) e Gonzaga Mota (1983-1987).

Ao lançar bases de uma gestão amparada no desenvolvimento industrial do Estado em nível nacional, as elites locais e nacionais mostravam que, em prol de sua própria sobrevivência como classe dominante, era necessária a ampliação da economia local, sujeita na sua maior parte, no caso do Ceará, à produção com base no latifúndio e às variações provocadas pelas intempéries da seca que assolava a base da circulação de capitais. Neste sentido, segundo Parente (2000), a "política do coronéis", mesmo ligada ao clientelismo e patriarcalismo agrário local, viu na industrialização da economia do Estado a possibilidade de alargamento da base econômica cearense e, para tanto, foi necessário fomentar o desenvolvimento de uma infraestrutura mínima de transportes, de habitação, e da educação no Ceará, voltada para este novo modelo de desenvolvimento.

São marcas deste período a criação dos distritos industriais como o de Caucaia e Maracanaú, a SUDEC (Superintendência do Desenvolvimento do Ceará), a abertura de estradas em regiões distantes da capital, o abastecimento de energia a partir da Hidrelétrica de Paulo Afonso - BA na década de 1960, a instalação de antenas de recepção de rádio e de televisão, o que ampliou, por outro lado, a quantidade de informação e de interligação a parâmetros típicos da modernidade. Este novo ambiente gestava também uma nova burguesia empresarial que iria almejar o controle político do estado, afirmando uma base mais urbana do desenvolvimento, mais independente dos domínios políticos dos setores agrários tradicionais do Ceará.

Numa primeira fase [...] a Sudene priorizou investimentos em indústrias de capital intensivo, ligadas ao setor estatal e ao capital monopolista nacional e internacional. Na segunda fase, a prioridade recaiu sobre a indústria tradicional de médio porte, a qual se mostrou competitiva e dinâmica. Essa estratégia [...] incentivou o nascimento de uma nova burguesia independente tanto das elites políticas tradicionais quanto da estrutura econômica do Estado autoritário. (GONDIM, 2007, p.130).

A política ligada às práticas mais tradicionais do clientelismo e patriarcalismo, segundo Parente (2000), não iria sobreviver à abertura democrática que o Brasil vivenciava em meados dos anos 1980. A busca pela

mudança e os discursos que repercutiam a ânsia pelo moderno marcaram as eleições de 1986 para o governo do Estado, a primeira de forma direta após o fim da ditadura militar, num contexto de uma sociedade já com mais acesso à informação. Segundo Parente (2000, p.407):

A passagem do conservadorismo para a modernidade foi um jogo pesado e as elites tradicionais não estavam preparadas para uma política numa sociedade de massa. O contraditório desse processo é que os coronéis prepararam o cenário da modernidade, mas não eram os atores principais dessa cena política.

Fortaleza e o estado do Ceará passam desta forma a vivenciar o surgimento de um grupo político que se contrapõe à visão típica dos coronéis que comandaram o poder público até então. Autorreferenciado como ligado às mudanças, era composto principalmente por "jovens empresários" que buscavam nos signos da modernidade da gestão pública, o incremento de circulação de capitais nas terras cearenses a partir do discurso da mudança e da busca pelo Ceará moderno.

Outro fato que sinalizava este anseio por transformação no cenário político e a superação do modelo coronelista no estado foi a eleição, em 1985, da socióloga Maria Luiza Fontenelle - Partido dos Trabalhadores (PT), ligada aos movimentos sociais. O fato marcou a conquista da primeira capital pelo partido, historicamente identificado com a classe trabalhadora, e mostra como a capital do Estado refletia a busca pelo distanciamento da linha política ligada ao coronelismo até então vigente.

1.4. O turismo como vetor de *marketing* e desenvolvimento local

Os "jovens empresários", ligados ao Centro Industrial do Ceará (CIC)¹⁹, estavam reunidos em torno da figura do governador eleito em 1986, Tasso Jereissati, então no PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) e se intitulavam *Governo das Mudanças*. Dentro destas mudanças, estava o

¹⁹ O Centro Industrial do Ceará, fundado em 27 de julho de 1919, é uma sociedade civil sem fins lucrativos constituída por pessoas físicas e jurídicas que exercem atividades industriais e afins no Estado. Nos anos 1970 passou a concentrar jovens lideranças industriais, formando as bases do grupo político conduzido por Tasso Jereissati.

rompimento com as tradicionais práticas ligadas ao coronelismo até então vigente e a busca pela gestão da máquina pública aos moldes de uma empresa privada.

Além do rigor na administração das finanças do Estado, este grupo pregava o tratamento da imagem do Ceará no cenário global, com vistas a extrair disto um aumento da arrecadação no estado e dinamização da economia local. Para tanto, uma das estratégias mais viáveis foi o turismo que, no final dos anos 1980, passou a ser incentivado ainda de forma incipiente, mas que, durante os anos 1990, consolida-se como uma das áreas que recebeu maior atenção do Governo.

Uma das principais metas dos "Governos das Mudanças" era lançar a imagem de Fortaleza em âmbito "global" (GONDIM, 2007). Para tanto, a estratégia durante os governos encabeçados, ou influenciados, por Tasso Jereissati era fomentar as bases infraestruturais, como recursos hídricos, energéticos e transporte para uma cidade que atingia, no princípio da década de 1990, a marca de mais de 1.700.000 habitantes. Além disto, tratava-se de lançar estes feitos como prova que se vivia uma nova fase da história cearense, onde haviam sido superadas as imagens ligadas às secas e ao passado marcado pelo "atraso" econômico e político.

O projeto de inserir o Ceará na globalização iniciou-se timidamente, com a inclusão do turismo entre os setores prioritários da política de desenvolvimentos do governo estadual. Com a criação da Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará (Conditur) – posteriormente substituída pela Secretaria Estadual do Turismo – o planejamento da atividade turística passou a ser feito em moldes empresariais, apoiado na divulgação do Ceará e em parcerias com o setor privado. [...] Entre outras obras de infraestrutura construídas no Ceará destacam-se o novo aeroporto e a rodovia estruturante, ligando a capital às praias do litoral oeste. O governo estadual também investiu em programas de capacitação de recursos humanos, por meio de parcerias com empresas privadas, prefeituras e órgãos federais como o Sebrae [Serviço Brasileiro de Apoio a Empresa] e o BNB [Banco do Nordeste do Brasil]. (GONDIM, 2007, p. 136)

No nível municipal, após a desgastada passagem de Maria Luiza Fontenelle pela Prefeitura de Fortaleza que, entre outras dificuldades, não detinha apoio no nível estadual, esfera que repassava à época as verbas

públicas para a cidade²⁰, assume Ciro Ferreira Gomes para um mandato que iria de 1989 a 1992. Contando com a proximidade política de seu aliado Tasso Jereissati, a administração então eleita segue os ditames do ajuste fiscal executado no nível estadual. No entanto, na metade de seu mandato, o prefeito Ciro se lança ao governo do Estado em substituição a Tasso, logrando êxito em 1990.

Em seu lugar na prefeitura de Fortaleza, assume o vice-prefeito Juraci Vieira Magalhães, que inaugura um ciclo na história política da cidade de aproximadamente 12 anos, marcado pela popularidade e transformações que mudaram radicalmente o desenho da Cidade, inserindo ícones urbanos que representavam a assunção de uma visão pós-modernista de cidade, com a requalificação de espaços históricos que remetiam a esta estética e à prática do empreendedorismo urbano. Entre estas reformas, está a reforma em 1991 da Praça do Ferreira (FIGURA 1)²¹, construção de viadutos e ampliação de avenidas na cidade.

Figura 1 - Vista Noturna da Praça do Ferreira após a reforma de 1991, feita na administração de Juraci Magalhães



Fonte: Ação Novo Centro – CDL (Câmara dos Dirigentes Lojistas)

²⁰ Atualmente, além de recursos próprios, o município tem repasses estaduais e diretamente feito pelo governo federal.

²¹ Reforma feita a partir de uma releitura tipicamente pós-modernista do formato desta entre os anos 1930 e 1960, quando o então prefeito José Walter demoliu seu símbolo máximo, a Coluna da Hora, causando à época insatisfação popular.

Vale destacar que Juraci (PMDB) obteve, nos primeiros dois anos de administração municipal, popularidade suficiente para formar um grupo político que se contrapôs ao grupo de Tasso (que já havia passado para o recém criado Partido da Social Democracia do Brasil - PSDB), passando a disputar espaço nas campanhas municipais e estaduais. Este ciclo de poder à frente da administração municipal só foi interrompido nas eleições de 2004, quando se dá a eleição de Luizianne Lins para a prefeitura de Fortaleza, acompanhando um processo de crescimento político do PT no país com a eleição de Lula para a presidência.

Contudo, tanto as administrações estadual como municipal convergiam no sentido de lançar a Cidade como uma metrópole interligada com os padrões pós-modernos de exploração turística do tecido urbano nos anos 1990 e 2000. Segundo Gondim (2007, p.137):

[...] a transformação de Fortaleza em 'cidade global' longe de ser uma estratégia definida nos marcos de uma política de desenvolvimento econômico, deve ser entendida, como parte de um projeto político, no qual a produção de novas imagens é elemento central. [...] Essa imbricação entre imagem e realidade aparece com clareza quando, num texto sobre relações econômicas do Ceará com o exterior, um economista do Governo Tasso Jereissati propõe a adoção do slogan 'Fortaleza é a capital do Caribe brasileiro' – como estratégia de apoiar iniciativas de aproximação dos países que compõem a Comunidade dos Estados Caribenhos (Caricom).

Esta busca de uma imagem voltada ao turismo global de Fortaleza se dá, inicialmente, a partir de um processo de desvinculação da imagem do Ceará e de sua Capital da pobreza e da seca que até então o caracterizava em noticiários (GONDIM, 2007; FREITAS, 2016). Isto porque a seca, a pobreza e o sol escaldante, eram os principais signos pelos quais até então o território cearense era representado pelo Brasil e pelos próprios cearenses.

Contudo, ao invés de vilã, a abundância de dias ensolarados no ano passou a ser trabalhada na visão turística do estado como elemento atrativo para visitantes, reposicionando o sol como aliado da construção da imagem do Ceará e de Fortaleza como capital. Neste sentido, o projeto governamental com foco no turismo utilizou o extenso litoral cearense em campanhas de *marketing*

lançando as bases da imagem turística do estado como um "Caribe brasileiro", sendo Fortaleza sua porta de entrada.

Para a afirmação deste binômio sol e praia, houve uma série de investimentos, onde se subsidiou inclusive o lançamento da imagem do Ceará e de Fortaleza em telenovelas²² de alcance nacional, divulgando as belezas da *caliente* "terra do sol" como paraíso tropical. Isto se somou nos anos 1990, à proliferação, em Fortaleza, de ícones com inspiração pós-modernista, que denunciam esta ânsia pela desvinculação do passado do atraso e por lançar o Estado e a Cidade como um atrativo vendável em nível global. Este fato se revela nas construções e na estética pós-moderna adotada em equipamentos como o novo Aeroporto Internacional Pinto Martins (1996) - Figura 2, o novo Mercado Central (1998) - Figura 3, o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (1998) - Figura 4, entre outros.

Figura 2 - Vista interna do Aeroporto Internacional Pinto Martins



Fonte: infraero.gov.br. Acesso em 01/06/2014

²² A estratégia de se adotar telenovelas como meio de divulgar um estado ou cidade tornou-se prática comum nos anos 1990 e 2000. Além das novelas gravadas no Ceará, como *Tropicaliente* (1994) e *Terra do Sol* (1998), tem-se a estratégia difundida para a divulgação de outros estados como o Rio Grande do Norte, na novela *Flor do Caribe* (2013) e *Em Família* (2013), todas produções da Rede Globo de Televisão.

Figura 3 - Vista interna do Mercado Central de Fortaleza



Fonte: tripadvisor.com.br. Acesso em 01/06/2014

Figura 4 - Vista lateral do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura



Fonte: conhecendoceara.diariodonordeste.com.br. Acesso em 01/06/2014

Toda esta movimentação fez com que as áreas históricas, como a Praia de Iracema, entorno do Forte de Nossa Senhora da Assunção (que contempla

o Mercado Central e a Catedral no centro da cidade), o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, entre outros espaços como, áreas verdes, parques e praias pudessem ser trabalhados para contribuir para o fluxo turístico em Fortaleza. Estes espaços passaram a constituir a estratégia de *city marketing* da Capital por reunir o referencial histórico e cultural da Cidade, o que é um elemento importante para o incremento turístico.

Desta forma, o poder público transformou-se no principal produtor de espaços turísticos e dono da maioria dos meios de produção deste setor, já que se configurou como investidor majoritário. Tal estratégia vem até o momento se afirmando no Estado, apesar de basear-se, eminentemente, no binômio sol e praia e, conseqüentemente, não estar consolidada uma forma de turismo no qual há a circulação de capital que movimenta um maior volume de recursos, como o turismo de negócios (cujos eventos podem ser realizados para além da alta estação).

Neste sentido, outros modelos de negócios para o turismo no Estado vêm sendo construídos na última década. Ao se considerar a realização de um megaevento como a Copa do Mundo em Fortaleza, tem-se que toda esta busca pela criação de ícones modernos (ou pós-modernos) e de usuários solventes (ou turistas consumidores da cidade), encontra um catalisador, ou seja, nesses tipos de eventos é possível potencializar mundialmente os efeitos destes símbolos até então gerados na cidade. O "reino encantado" das cidades globais e todo o seu fluxo de capital se tornam mais próximos.

A "cidade-modelo" e inspiração para esta prática em Fortaleza, como para outras cidades no mundo é Barcelona, que sediou os jogos olímpicos de 1992. Ali surgiu um processo de mudanças estratégicas desencadeadas por um Plano Geral, cujo diferencial era a gestão da cidade nos moldes de uma empresa capitalista, onde o enfoque na construção da imagem era uma estratégia para a obtenção de investimentos. Este modelo, por seu êxito no tocante a regeneração da imagem urbana, se tornou referência para cidades no Brasil, como Fortaleza nos anos 1990, quando consultores catalães contribuíram, por exemplo, para as bases do Planejamento Estratégico de Fortaleza - PLANEFOR²³, o qual apontava para adoção de medidas de

²³ Este passou a expressar a articulação de ideias entre a iniciativa pública e privada, transformando-se institucionalmente em um consórcio ligado a CDL. A partir das discussões

dinamização do turismo e do consumo na Capital a partir da regeneração e enobrecimento de espaços como o Centro Histórico da Cidade.

No âmbito do estado, segundo Paiva (2014), o pano de fundo das ações voltadas à promoção do turismo no Ceará foi a criação em 1989 do Programa de Desenvolvimento do Turismo em Zona Prioritária do Litoral do Ceará (PRODETURIS) e as edições I e II do Programa de Ação do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE)²⁴, ligado ao programa Avança Brasil, no contexto da reestruturação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). O PRODETURIS, sendo uma ação estadual, já antecipava o zoneamento e a prioridade do governo do estado em ações no turismo que viriam a ser aprofundadas no PRODETUR. Este último teve, na sua versão inicial, recursos para estudos, planejamento e intervenções de promoção ao turismo nas quatro regiões litorâneas do Ceará, definidas já anteriormente pelo PRODETURIS, (Região Metropolitana de Fortaleza, litoral oeste, leste e extremo oeste da capital). O programa consolidou assim o que é hoje a principal forma de ocupação turística do estado. A segunda edição do programa se deu no sentido da promoção de ações complementares de capacitações de mão de obra para a atividade turística nestes polos.

Tais ações e investimentos surtiram efeitos e, de fato, o Ceará apresenta um aumento de mais de 300% do total de turistas se comparados os anos de 1996 e 2014, de acordo com a Tabela 1. No caso dos turistas internacionais este crescimento foi de quase 600%. Este crescimento posicionou a capital cearense entre as capitais mais visitadas do Brasil, sendo que no período entre 2003 e 2005, Fortaleza foi o destino mais procurado entre as capitais na alta estação de julho.

realizadas no PLANEFOR, cinco eixos de ação foram elaborados para o Centro de Fortaleza, alguns deles já tendo sido concretizados ou iniciados. São eles: elaboração do Plano Estratégico da Área Central de Fortaleza; Parque da Cidade (unindo as Praças José de Alencar e Lagoinha); estruturação do Forte de Nossa Senhora da Assunção como espaço público, turístico e cultural; e implantação de um Centro de Negócios artístico-culturais no Edifício São Luiz e a Complementação do Parque Pajeú (PLANEFOR, 2000).

²⁴ A primeira edição do PRODETUR/NE foi lançada em 1992 e a segunda no início da década de 2000.

Tabela 1 - Demanda turística via Fortaleza 1996/2014

ANOS	Total		Nacional		Internacional		Participação (%)
	Turistas	Índice	Turistas	Índice	Turistas	Índice	
1996	773.247	100,0	733.038	100,0	40.209	100,0	5,2
1997	970.000	125,4	914.710	124,8	55.290	137,5	5,7
1998	1.297.528	167,8	1.218.379	166,2	79.149	196,8	6,1
1999	1.388.490	179,6	1.296.850	176,9	91.640	227,9	6,6
2000	1.507.914	195,0	1.387.281	189,3	120.633	300,0	8,0
2001	1.631.072	210,9	1.458.178	198,9	172.894	430,0	10,6
2002	1.629.422	210,7	1.446.927	197,4	182.495	453,9	11,2
2003	1.550.857	200,6	1.356.539	185,1	194.318	483,3	12,5
2004	1.784.354	230,8	1.534.544	209,3	249.810	621,3	14,0
2005	1.968.856	254,6	1.703.060	232,3	265.796	661,0	13,5
2006	2.062.493	266,7	1.794.369	244,8	268.124	666,8	13,0
2007	2.079.590	268,9	1.830.039	249,7	249.551	620,6	12,0
2008	2.178.395	281,7	1.956.285	266,9	222.110	552,4	10,2
2009	2.466.511	319,0	2.256.858	307,9	209.653	521,4	8,5
2010	2.691.729	348,1	2.472.299	337,3	219.430	545,7	8,2
2011	2.848.459	368,4	2.628.361	358,6	220.098	547,4	7,7
2012	2.995.024	387,3	2.761.412	376,7	233.612	581,0	7,8
2013	3.141.406	406,3	2.895.646	395,0	245.760	611,2	7,8
2014	3.262.259	421,9	2.989.465	407,8	272.794	678,4	8,4

Fonte: Secretaria de Turismo do Ceará (2016)

A despeito do crescimento do turismo de lazer, ocorre que este tipo de visitação, como já foi dito, caracteriza-se por acontecer em duas épocas determinadas do ano, denominadas de alta estação, no Brasil, especialmente o período de férias do início do ano e as férias de julho. Contudo, o turismo que mais movimentou recursos e contribuiu para a difusão da imagem de uma cidade como polo de circulação de capital é, de fato, o turismo de negócios, de eventos corporativos ou esportivos.

Para Paiva (2015) este tipo de turismo, decorrente de encontros de interesse profissional, associativo, comercial ou técnico científico-social possibilita: 1) equilibrar a oferta e demanda turística geral, minimizando problemas de sazonalidade; 2) agregar valor à oferta turística; 3) favorecer o contato com outras localidades; 4) oportunizar criação de novos empregos e renda, além de conferir prestígio à cidade ou país-sede, construindo assim uma imagem positiva na mídia espontânea.

Neste sentido, outra ação do poder público do Ceará que denota a prioridade do Estado na busca pela construção de uma imagem voltada ao fomento do turismo no Ceará foi a inauguração em 2012 do Centro de Eventos do Ceará, considerado o segundo maior do Brasil em área útil, com 76 mil m². Trata-se de um equipamento multiuso, cuja vocação é receber feiras, exposições e outros tipos de eventos. É divisível em até 44 espaços diferentes, abrigoando ao mesmo tempo eventos de diferentes tipos, portes e vocações.

Segundo o Instituto de Pesquisas e Estratégias Econômicas do Ceará (IPECE, 2012 *apud* PEREIRA *et al*, 2015, p.98), o Centro de Eventos do Ceará foi responsável em 2012 pela geração de R\$ 25,7 milhões só em tributos diretos, indiretos e induzidos, quase igualando o valor gasto pelo Estado no primeiro ano de operação (TABELA 2).

Figura 5 - Centro de Eventos do Ceará



Fonte: Disponível em: <http://centrodeeventos.ce.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/cec-2016-600x400.jpg>. Acesso em 16/04/16.

Tabela 2 - Impactos econômicos da operacionalização do Centro de Eventos do Ceará (CEC)

Gastos por milhões	Variável	Efeito direto, indireto e induzido (milhões)				Composição regional (milhões)		
		direto	Indireto	induzido	total	CE	NE	RBR
39,6	Produção	39,6	20,7	117	177,3	98,1	11,4	67,8
	Valor adicionado	25,3	10,4	57,6	93,3	59,6	5,4	28,2
	Tributos	6,3	3,2	16,2	25,7	14	1,5	10,1
	Salários	10	3,3	17,7	31	20,6	1,6	8,8
	Empregos (em milhares)	1,4	0,4	3,3	5,1	3,6	0,4	1,1

Fonte: IPECE (2012 *apud* PEREIRA *et al*, 2015, p.98)

Coloca-se assim clara a prioridade da ação do poder público no Ceará no sentido da divulgação da imagem do Estado e de Fortaleza, principalmente como estratégia de dinamização econômica, focando o incremento do turismo no território cearense, especialmente na faixa litorânea e, mais recentemente, com o foco na promoção do turismo de eventos. Para a chancela de qualidade e capacidade técnica quanto à realização de grandes encontros a organização de um megaevento como uma Copa do Mundo insere-se, portanto, como uma estratégia decisiva nesta empreitada de expansão do Ceará como destino, em especial, com vistas ao turismo internacional. Não à toa, como será possível perceber mais adiante na análise do processo de preparação da Copa no Estado, este foi um dos mais difundidos "legados". À propósito, faz-se necessário detalhar a seguir, conceitualmente, de que forma esta noção está intrinsecamente ligada à realização de um megaevento.

1.5. A questão dos “legados” e dos impactos da realização de um megaevento em uma cidade

Ao se analisar a questão dos impactos que uma Copa do Mundo pode proporcionar para uma cidade, deve-se levar em consideração a ideia de “legados”, conceito recorrente nas justificativas apresentadas por gestores públicos quando da aplicação de recursos governamentais em obras ligadas a

este tipo de encontro esportivo. Importado de um visão jurídica, a expressão legado significa, em primeira instância, a "disposição feita por testamento em benefício de alguém"²⁵.

Desta expressão tem-se a tônica das intervenções dos agentes governamentais e privados que se dão no sentido de oferecer uma espécie de "herança" destes eventos para o seu povo - diga-se de passagem, pagos na maior parte com recursos públicos. Esta herança tem sua face tangível através da construção de estádios, rodovias, sistemas de transportes, mas também, intangível, com a valorização simbólica e política de uma cidade frente ao mundo.

Desta forma, se torna complexa a tarefa de mensurar a extensão de possíveis legados econômicos de uma Copa do Mundo para uma cidade, uma vez que estes envolvem cálculos impregnados de variáveis e disputas simbólicas. Como analogia, este legado simbólico presente nos megaeventos contemporâneos talvez esteja mais próximo do presente nos *potlatch*, documentados por Mauss (1974): torneios de valor onde o vencedor, ou grupo que tinha seu *status* valorizado, era aquele que mais gastava na ocasião para receber seus convidados. Ou seja, de fato, a valorização do *status* de um grupo social seria o maior legado simbólico presente. Isto se dá, sobretudo, por que estas ocasiões são também formas de uma cidade "se mostrar ao mundo". Para Curi (2013, p. 85):

[...] as consequências desses eventos, normalmente denominadas de "legado", são muito complexas, amplas e variáveis, tanto que é praticamente impossível se fazer um balanço definitivo, principalmente, as análises econômicas, que tentam fazer contas dos custos e lucros, parecem insuficientes, porque desconsideram mesmo o valor simbólico.

Contudo, o discurso oficial se prende ao conceito de *legados* como tábua de salvação frente às desconfianças e questionamentos de políticos de oposição e dos movimentos sociais organizados quanto aos vultosos investimentos para o Mundial de 2014. No livro *Legados de Megaeventos Esportivos*, produzido pelo Ministério do Esporte brasileiro em 2008, DaCosta *et al* (2008) colocam o conjunto de legados que um evento deste tipo

²⁵ Disponível em <http://www.dicio.com.br/legado/>. Acesso em 05/05/14

geralmente oferece e que o Governo Federal pretendeu que se desse no caso brasileiro. Estes podem ser categorizados em cinco tipos:

a) Legados do evento em si:

- *construções esportivas: estádios, arenas e outros equipamentos;*
- *construções de infraestrutura da cidade, como obras de transporte (metrô e etc.), alojamento de atletas;*
- *compras de equipamentos esportivos, de segurança, telecomunicações, informática, etc.;*
- *ocupações de empregos temporários e/ou permanentes;*
- *abertura de novas possibilidades e oportunidades de trabalho especializado;*
- *promoção e realização de outros eventos;*
- *aumento da procura de práticas de atividades físicas por parte de população.*

Os outros benefícios apresentados pelo documento do Ministério do Esporte se ligam muito mais a ganhos simbólicos ou intangíveis, para além de fatores mais "concretos", como legados de estádios, infraestrutura urbana de esportes e mobilidade ou geração de empregos. São estes:

b) Legados da candidatura do evento

- *aprendizado do processo de candidatura como projetos, o processo em si e a organização prévia do evento;*
- *planejamento urbanístico da cidade-candidata que poderá ser utilizado pelo Poder Público, independente da realização do evento.*

c) Legados da Imagem do país

- *projeção da imagem do país;*
- *projeção da imagem da cidade-sede dentro e fora do país, considerada como cultura urbana;*
- *projeção de oportunidades econômicas e de serviços que o país poderá oferecer;*
- *nacionalismo e confiança cívica, bem como o orgulho regional e nacional.*

d) Legados de Governança

- *planejamento participativo;*
- *cooperação de diferentes órgãos administrativos;*
- *parceria público-privada;*
- *liderança do poder público local.*

e) Legados de Conhecimento

- *treinamento e capacitação do pessoal envolvido na gestão do megaevento, desde gerente até voluntários (Know-how);*
- *ecos do voluntário que sugere a transmissão dos conhecimentos adquiridos por eles para sua comunidade, podendo se estender até na família e comunidade;*
- *transferência de conhecimento adquirido na gestão do evento (antes, durante e após) para futuros eventos similares;*
- *geração de informações e conhecimentos das instituições organizadoras do evento como, banco de dados, relatórios e outros, que poderão dar origem à produção de pesquisas científicas tanto nas universidades como em outros órgãos públicos e privados de fomento à pesquisa, inclusive, para possíveis publicações;*
- *desenvolvimento de estratégias para a contextualização do megaevento;*
- *referencial longitudinal para planejamento, execução e avaliação de intervenções, visando o desenvolvimento de legados e o estabelecimento de suas diretrizes;*
- *construção de estruturas adequadas, visando o aproveitamento futuro pela população.*

Nestes legados simbólicos percebe-se a divisão em pelo menos três tipos: 1) os que remetem à construção de um *know-how* para a realização de megaeventos internacionais; 2) os que abordam a questão da valorização da imagem externa do país ou cidades; e 3) legados de governança, ou seja, quanto à dinamização das ações da máquina pública.

Segundo Damo (2013), esta discussão sobre legados da Copa 2014 remete a uma perspectiva diacrítica do termo, através das categorias *investimento* e *gasto*. O que se coloca, em grande parte pelo poder público, é

que estes seriam investimentos, o que denota um retorno, seja econômico ou social da preparação para a Copa. No entanto, para os críticos, estes legados teriam outra face, a de serem *gastos*, termo que pressupõe o "esvanecimento" dos recursos aplicados (DAMO, 2013, p.47).

Neste ponto cabe indagar: quem são estes produtores de discursos que afirmam que os legados da Copa 2014 seriam investimentos ou gastos? É possível afirmar, segundo o autor, que há pelo menos três agentes principais produtores da visão que coloca que os legados seriam frutos de "investimentos" realizados para o evento. Além da FIFA, este discurso tem como polos: 1) as próprias agências estatais que necessitam justificar os recursos aplicados; 2) a mídia esportiva, que vê na ocasião um acontecimento ímpar para cobertura midiática; e 3) agências privadas como grandes empreiteiras e multinacionais, que investem em publicidade em megaeventos, setores do turismo e hotelaria, companhias aéreas etc.

Já os discursos que colocam que os recursos públicos estariam sendo gastos, ou seja, sem perspectivas de retornos econômicos ou sociais, são produzidos principalmente por: 1) setores da mídia autointitulada como *alternativa* - blogs, redes sociais, rádios comunitárias, revistas acadêmicas, ou ainda programas da grande mídia que se afirmam críticos; e 2) os movimentos sociais, representados por entidades como os Comitês Populares da Copa (CPC)²⁶, que abrangem todas as cidades-sede do evento, o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST).

Neste sentido, vale discutir aqui até que ponto seria necessário um evento como uma Copa do Mundo para que tais difundidos "legados" ocorressem no País. À exceção da projeção da imagem das cidades brasileiras e o *know how* da organização do evento em si, investimentos em infraestrutura e construção de praças esportivas poderiam ter se dado sem os custos com os subsídios financeiros do poder público a entes privados, além da pressão da FIFA sobre o poder público no País.

Isto leva à reflexão de como a Copa do Mundo atingiu tal patamar de relevância no sentido da promoção da imagem dos países e cidades sede,

²⁶ O Comitê Popular da Copa se caracterizou no período de preparação para Copa 2014 em um coletivo de movimentos sociais, principalmente de luta pela garantia da moradia popular formado por indivíduos afetados pelas desapropriações ocasionadas pelas obras voltadas ao mundial.

suscitando tantas expectativas de *investimentos* ou *gastos* e se consolidando como o principal megaevento esportivo do mundo.

1.6. A construção da Copa do Mundo como o maior espetáculo esportivo da Terra

Segundo Wisnik (2008), o futebol é um esporte que tem suas raízes no *soule*, um tipo de competição travada entre vilarejos medievais franceses e que tinha nas ilhas britânicas os seus análogos, o *foeth-ball* e *knappan*, realizados principalmente nas "terças-feiras gordas" do período carnavalesco. A disputa chegava a ter centenas de participantes e consistia em carregar uma bola (feita de couro preenchido com grãos, farelo, palha, forragem, capim, ou ainda bexiga cheia de ar) de um vilarejo a outro, ultrapassando o time adversário com a meta de conseguir levá-la até uma igreja, castelo ou outro marco do vilarejo "inimigo".

Com o crescimento da concentração das populações europeias nas cidades e o advento da modernidade, o iluminismo e a revolução industrial, que teve na Inglaterra seu nascedouro, a prática do *soule* foi adaptada e racionalizada. Isto se deu a partir das competições das universidades inglesas, as quais sob a alegação da construção do corpo saudável e apto às virtudes do trabalho desenvolviam a valorização de práticas esportivas. Neste contexto, o *soule* foi adaptado, por exemplo, aos espaços disponíveis nos *campi* ingleses e a cada desafio realizado entre os times universitários se iam aperfeiçoando regras e concepções sobre o jogo, surgindo destas adaptações duas vertentes: o rúgbi (jogado com as mãos) e o futebol (ou *soccer* nos EUA), jogado com os pés). Tiveram papel fundamental para a estruturação das primeiras regras organizadas para o futebol as escolas de Cambridge e de Harrow, as quais em 1863 lançaram a primeira compilação das regras (em 1877 foram revisadas e relançadas), e fundaram a *Football Association* (WISNIK, 2008).

As primeiras etapas da consolidação do futebol no mundo estão muito ligadas ao papel que a expansão da indústria inglesa na virada do século XIX para o século XX. No Brasil, assim como em outros países, o futebol chegou através do momento de lazer dos funcionários britânicos das empresas ferroviárias e de fornecimento de energia elétrica, que fundavam clubes

esportivos. Isto se constata, por exemplo, por ser, inicialmente, um esporte da elite branca e pela herança do inglês no nome de alguns dos tradicionais clubes brasileiros (*Sporting Club Corinthians, Ceará Sporting Club*), além do fato de que um dos primeiros organizadores de ligas de futebol no Brasil tenha sido Charles Miller, filho de um empregado inglês de uma companhia britânica ferroviária situada em São Paulo, cujos estudos e conhecimentos sobre o futebol que trouxe ao Brasil vieram da Universidade de *Banister*.

Com o início das competições internacionais, marcadas pelo confronto entre Inglaterra e Escócia em 1872 se buscou construir uma entidade que organizasse este contexto internacional do futebol. Dessa forma, a partir da união entre as entidades nacionais promotoras do futebol em sete países europeus surge a FIFA em maio de 1904. A entidade, dois anos depois de sua fundação, buscou organizar um primeiro campeonato de seleções na Suíça em 1906, porém não obteve sucesso por falta de adesão das equipes. Nas primeiras décadas do século XX, a FIFA organiza as competições desta modalidade nas Olimpíadas, encarando estas como campeonatos mundiais amadores. O primeiro torneio denominado de Copa do Mundo, de fato, só viria a acontecer em 1930 no Uruguai, quando o país anfitrião veio a ser o primeiro campeão mundial.

Esta primeira competição foi articulada por Jules Rimet em 1928, durante um congresso da entidade, onde conseguiu aprovação para a realização do torneio. A ideia era reunir por meio de convite as melhores seleções de futebol à época em um campeonato onde o troféu máximo seria a Taça Jules Rimet, a qual viria a ser colocada em disputa de quatro em quatro anos a cada campeonato mundial e seria conquistada em definitivo por aquela seleção que primeiro se tornasse campeã mundial três vezes.

A competição durante os anos 1930 ocorreu ainda em 1934, na Itália e em 1938 na França, edições vencidas pela seleção italiana. Nos anos 1940, devido à segunda guerra mundial, o torneio foi interrompido, voltando a ser realizado somente em 1950 no Brasil, quando a seleção brasileira foi derrotada na final pelo Uruguai²⁷. A Taça Jules Rimet só veio a ser definitivamente

²⁷ Esta derrota frente à seleção uruguaia por dois gols a um causou comoção nacional por ter sido a seleção brasileira derrotada em casa, na primeira competição deste porte realizada em seu território, após uma série de vitórias na competição. Alguns dos jogadores do Brasil que

conquistada em 1970 pelo Brasil, consolidando mundialmente o prestígio do futebol brasileiro. Este feito fez com que na Copa seguinte, a de 1974 realizada na Alemanha, obrigasse a FIFA a criar um novo troféu, a Taça FIFA, prêmio que até hoje é disputado nas Copas do Mundo, as quais desde 2004 obedecem a um sistema de rodízio de continentes quanto à sua realização, e durante quatro anos é guardada pelo campeão do torneio.

Esta competição mundial de seleções perdurou como a única em nível global até 1997, quando foi estruturada a Copa das Confederações, que tem como objetivo reunir em um campeonato as seleções campeãs continentais, o campeão da Copa do Mundo e o país-sede. O Brasil foi campeão cinco vezes da Copa do Mundo (1958, 1962, 1970, 1994 e 2002) e quatro da Copa das Confederações (1997, 2005, 2009 e 2013), se tornando o maior vencedor em ambos os torneios até os dias de hoje. Os quadros 1 e 2 apresentam os campeonatos mundiais de seleções nacionais de futebol realizados com seus respectivos campeões.

Quadro 1 - Copas do Mundo realizadas e seus campeões

Ano de realização	País-sede	Campeão
1930	Uruguai	Uruguai
1934	Itália	Itália
1938	França	Itália
1950	Brasil	Uruguai
1954	Suíça	Alemanha
1958	Suécia	Brasil
1962	Chile	Brasil
1966	Inglaterra	Inglaterra
1970	México	Brasil
1974	Alemanha Ocidental	Alemanha
1978	Argentina	Argentina
1982	Espanha	Itália
1986	México	Argentina
1990	Itália	Alemanha
1994	Estados Unidos	Brasil
1998	França	França
2002	Japão-Coréia	Brasil
2006	Alemanha	Itália
2010	África do Sul	Espanha
2014	Brasil	Alemanha

Fonte: Adaptado de Wikipedia. com. Acesso em 01/06/2014

participaram desta partida, como é o caso do goleiro Barbosa, passaram até o fim de suas vidas estigmatizados por terem cedido tal derrota para o Uruguai, após estar vencendo o jogo por um a zero no primeiro tempo, sendo este episódio lembrado pelos uruguaios como o "Maracanazo". Aspectos como o silêncio sepulcral no estádio com o apito final da partida são lembrados até hoje em passeios guiados no estádio do Maracanã.

Quadro 2 - Copas das Confederações realizadas e seus campeões

Ano de realização	País-sede	Campeão
1997	Arábia Saudita	Brasil
1999	México	México
2001	Coréia/Japão	França
2003	França	França
2005	Alemanha	Brasil
2009	África do Sul	Brasil
2013	Brasil	Brasil

Fonte: Wikipedia. com. Acesso em 01/06/2014

Em número de telespectadores o Mundial de Futebol atingiu a marca de 3,8 bilhões²⁸ de pessoas que acompanharam os jogos da Copa de 2014. Nas redes sociais ou páginas da internet, a estimativa da FIFA, segundo o jornal *O Globo* (2015), é que 280 milhões de pessoas acompanharam as partidas pela rede mundial de computadores. Essa imensa audiência faz da Copa do Mundo o principal e mais lucrativo produto da FIFA, que é, antes de tudo, uma entidade privada.

Esta, segundo Jennigs (2011), passou de um caráter mais esportivo e amador para uma perspectiva profissional de exploração dos dividendos econômicos do seu principal evento, a Copa do Mundo, principalmente, a partir dos anos 1970, com a administração do brasileiro João Havelange. Este adotou a prática de venda dos direitos de transmissão de jogos do evento atrelada aos anúncios de seus patrocinadores exclusivos como uma das principais fontes de receita da entidade, receituário este seguido a risca pelo seu sucessor Joseph Blatter.

Segundo dados da rede BBC Brasil (2011)²⁹, somente a Copa de 2010 realizada na África do Sul teve um faturamento de US\$ 1,3 bilhão, recurso equivalente a 87% da manutenção da entidade no período de 2006 e 2010 e similar ao Produto Interno Bruto (PIB) de alguns pequenos países. Para a Copa de 2014, somando-se direitos de imagem e de comercialização de produtos, a FIFA faturou ao todo cerca de R\$ 16 bilhões³⁰ e a entidade teve em 2013 (ano

²⁸ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2015/12/fifa-divulga-numeros-de-audiencia-da-copa-de-2014-mais-de-1-bi-na-final.html>. Acesso em 12/09/16.

²⁹ Disponível em http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/06/110601_fifa_faturamento_dg.shtml. Acesso em 10/12/12.

³⁰ <http://blogs.ne10.uol.com.br/torcedor/2015/03/19/fifa-faturou-a-bagatela-de-r-16-bilhoes-com-a-copa-no-brasil/>. Acesso em 21/09/2015

da Copa das Confederações realizada no Brasil) um faturamento de R\$ 1,83 bilhão. Soma-se a esta enorme movimentação de recursos às isenções fiscais que os governos dos países-sede oferecem. No caso brasileiro, o lucro líquido da FIFA com o evento obteve a isenção de cerca de R\$ 523 milhões, além das isenções tributárias das empresas que tocaram as obras do evento (programa RECOPA), no valor de R\$ 631,7 milhões, o que chega, segundo o Ministério dos Esportes (2014) a R\$ 1.154,6 bi - Quadro 3, somando-se ainda renúncias creditícias de mais de R\$ 552 milhões.

Quadro 3 - Renúncias Tributárias, financeiras e creditícias do Governo Federal com a Copa 2014

Renúncias Tributárias	Total Renúncias Tributárias: R\$ 1.154,6 bilhão: •RECOPA: R\$ 631,7 milhões •Desoneração de tributos: R\$ 522,9 milhões ¹
Renúncias Financeiras	•Não há benefícios ou subsídios financeiros
Renúncias Creditícias	Total Renúncias Creditícias para a Copa: R\$ 552,4 milhões ²

Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Apesar dos custos para os países e cidades que a sediam, a Copa do Mundo se consolida, com a edição de 2010, na África do Sul, a de 2014, no Brasil, como espaço privilegiado de divulgação de imagens e identidade cultural de cidades destes países emergentes, os quais se situam na periferia do capitalismo global. Como se viu, este evento possui como atrativos: 1) ser o evento com maior audiência no globo; 2) em cada país que se realiza abranger, não somente uma cidade, como na maior parte das Olimpíadas, mas de 8 a 12 cidades; e 3) ser o evento máximo do esporte mais praticado do mundo.

Toda esta movimentação de recursos traz de forma recorrente a questão da ação pública quanto ao incentivo e subsídio à iniciativa privada no intuito da busca pela construção da imagem de uma cidade em nível global. A

pergunta é: até onde se caracteriza o subsídio ou, de fato, uma nebulosa relação que confunde o privado com o bem público?

1.7. Copas no contexto de países em desenvolvimento: A Copa da África do Sul 2010 e analogias com o caso brasileiro

Como parâmetro para se entender o que são os efeitos da realização de uma Copa do Mundo em países em desenvolvimento como o Brasil é interessante se tomar a realização da Copa de 2010 na África do Sul. Sendo um dos BRICS - a sigla com as iniciais dos países que o mundo econômico adotou como sinônimo de mercados promissores e em desenvolvimento, quais sejam Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul - a experiência sul-africana apresenta paralelos com o que ocorreu no caso brasileiro.

Desde a queda do *apartheid* em 1994 e ascensão em 1995 de Nelson Mandela como presidente da república, o país encontrou na realização de megaeventos uma estratégia para a união do país e a consequente minimização dos efeitos do sistema de apartamento social entre brancos e negros vivido até então. Esta busca é mostrada no filme *Invictus* (2009)³¹ que retrata como a vitória em casa da seleção sul-africana de rúgbi no campeonato mundial do esporte contribuiu para uma maior integração social no país.

No esteio desta prática - que entre outras ações teve a inscrição da Cidade do Cabo como candidata a sediar as olimpíadas - no dia 27 de outubro de 2004, o governo da África do Sul insere o país como candidato a receber a Copa de 2010, juntamente com as candidaturas de Marrocos, Egito e a inscrição conjunta de Líbia/Tunísia e tem, em 15 de maio de 2004, sua vitória declarada no congresso da FIFA em Zurique - Suíça. Pela política de rodízio de continentes para a Copa do Mundo, iniciada naquele contexto, o mundial seria na África.

No entanto, a exemplo do que se verá no caso brasileiro, a desconfiança quanto à capacidade de realização de um evento deste porte já se mostrava logo após a vitória sul-africana em 2004. Como afirmam Horne e Manzenreiter (2006):

³¹ Dirigido por Clint Eastwood, estrelado por Matt Damon e Morgan Freeman e distribuído pela Warner Bros Pictures.

While Joseph Blatter, the FIFA president and a long-standing support of South Africa's bid noted that, 'South Africa needs a perfect organization to show the world it is possible to do it here', two early events³² cast a shadow on the initial enthusiasm surrounding the awarding of the event to South Africa³³.

A pressão institucional da FIFA se colocou como uma constante e a África do Sul, em decorrência dos atrasos nas obras de mobilidade e de infraestrutura, sofreu inclusive a ameaça de ter o evento transferido para a Alemanha (que já tinha realizado a Copa de 2006), Espanha ou Austrália³⁴. Outro evento que contribuiu para apreensão maior da FIFA quanto à realização da Copa foi a greve nacional dos operários das obras previstas para a ocasião em 8 de julho de 2009, o que atrasou o cronograma dos preparativos.

Mesmo com todos estes percalços, a Copa de 2010 não teve prejuízos enquanto evento em si. Todos os dez estádios previstos ficaram prontos a tempo e as obras de mobilidade, incluindo aeroportos estrutura de trens e remoções, se deram apesar de diversas mudanças no cronograma original. Segundo Branski *et al* (2013), U\$ 2,3 bilhões foram gastos em investimentos nos estádios e cerca de U\$ 15 bilhões foram voltados para melhorias na infraestrutura de transportes no país. Denúncias de corrupção, má aplicação de recursos públicos e ações executadas sem consulta popular, assim como no Brasil, foram constantes.

Apesar da Copa de 2010 em termos de execução ter sido exitosa, o jornalista sul-africano Nilsen Tolsi³⁵ afirma que seu país sofreu graves consequências decorrentes da realização do evento. Segundo ele, pelo menos dois estádios estão subutilizados e ociosos, o *Ellis Park Stadium* e o *Soccer City*, os quais servem hoje, basicamente, para a realização de shows e eventos políticos, recebendo raramente partidas de futebol ou outros esportes, o que já se observa em estádios brasileiros como a Arena Pantanal, em Cuiabá - MS e

³² Eventos da Fifa de promoção da Copa do Mundo de 2010.

³³ Enquanto Joseph Blatter, o presidente da FIFA e durante muito tempo apoiador da candidatura da África do Sul, havia dito que a "África do Sul precisa realizar uma perfeita organização para mostrar ao mundo que é possível fazer isso aqui", em dois eventos anteriores ele falava sobre a sombra que pairava no entusiasmo inicial da conquista do evento pela África do Sul.

³⁴ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA_de_2010. Acesso em 07/05/14.

³⁵ Disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2014/05/africa-do-sul-enfrenta-problemas-quatro-anos-apos-a-copa-diz-jornalista>. Acesso em 07/05/14.

Arena Amazônia, em Manaus - AM. Além disto, o evento também não propiciou no longo prazo o crescimento da geração de empregos, uma vez que a Europa, de onde vem a maior parte do fluxo turístico para o país, vive nos últimos anos grave crise financeira.

Neste processo, portanto, se estabelecem paralelos entre o caso sul-africano e brasileiro, no tocante ao processo de organização e realização e ao momento posterior à realização de uma Copa do Mundo. A pressão e as desconfianças por parte da FIFA e da mídia internacional quanto à capacidade de realização com êxito do evento, apesar de terem se mostrado infundadas em grande parte, marcaram ambos os casos. Para a compreensão de como isto se deu no caso do Brasil, se apresentará no próximo capítulo o processo de construção da Copa na realidade brasileira.

CAPÍTULO 2 – A CONSTRUÇÃO DA COPA NO BRASIL E AS IMAGENS DE FORTALEZA PRODUZIDAS PELO PODER PÚBLICO

2.1. A política em jogo

A candidatura brasileira como sede da Copa do Mundo de Futebol em 2014 toma forma a partir de 3 de junho de 2003, quando a Confederação Sul Americana de Futebol (CONMEBOL) anuncia as candidaturas de Brasil, Argentina e Colômbia para o Mundial de 2014, uma vez que, pela política da FIFA de rodízio de continentes que abrigam o evento, este seria na América e, preferencialmente na América do Sul, que abrigara uma copa pela última vez em 1978, na Argentina. No entanto, devido às desistências colombiana e argentina por afirmarem não possuir condições de atender às exigências da FIFA para o evento, em 17 de março de 2006, a CONMEBOL coloca o Brasil como candidato único³⁶. Em 30 de outubro de 2007, após uma série de reuniões do presidente da FIFA com o presidente Lula e negociações da CBF no congresso mundial da entidade, a FIFA ratifica o país como sede do respectivo Mundial³⁷.

É particularmente importante destacar o contexto onde a candidatura brasileira se deu. Vivia-se em 2003 o momento pós-eleição do primeiro presidente oriundo das classes mais pobres do país, pois Lula havia sido retirante do sertão nordestino e metalúrgico. Seu primeiro mandato, segundo Passarinho (2010), foi marcado no âmbito interno, pela ampliação dos programas de benefícios sociais como o Bolsa-Família, aumento do poder de compra do salário mínimo, redução da inflação e crescimento da subvenção ao crédito no país. No âmbito externo, ocorreu a valorização do comércio com países do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) e outros países emergentes, ampliando a parceria comercial com nações africanas, centro-americanas e do oriente médio, além da diplomacia brasileira se colocar como representante

³⁶ Segundo o periódico *terraonline*, a desistência colombiana se deu, de acordo com o presidente da federação de futebol do país Luis Bedoya, pela desvantagem em relação à candidatura brasileira no tocante à infraestrutura e influência nas decisões junto à FIFA. Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/noticias/0,,O11547266-EI2045,00-Fifa+confirma+Brasil+como+unico+candidato+a+Copa+de.html>. Acesso 15/02/2013.

³⁷ Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA_de_2014. Acesso em 16/08/11

dos emergentes em política global, pleiteando inclusive um assento no Conselho de Segurança da ONU (Organização das Nações Unidas).

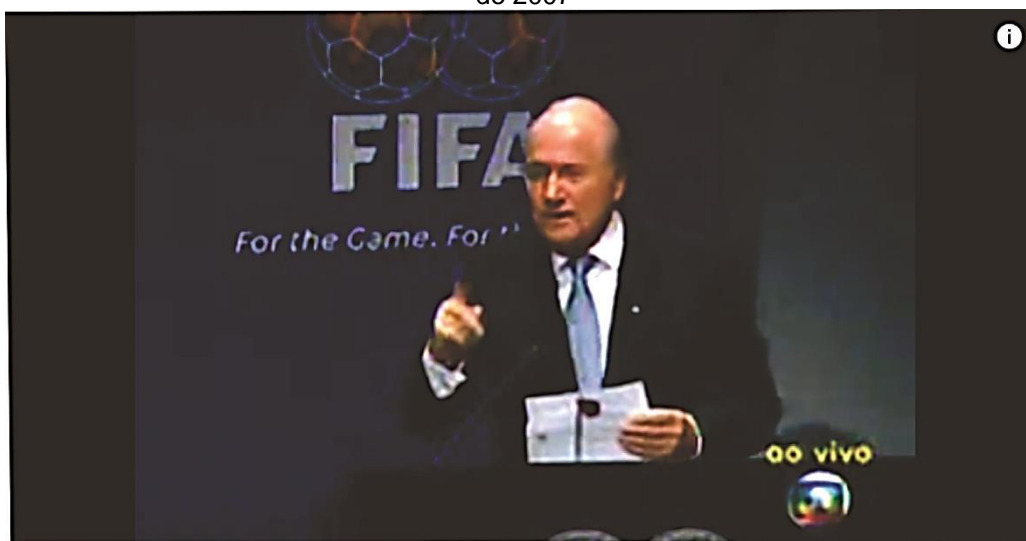
Todos estes fatores se davam coligados com, no princípio dos anos 2000, uma taxa média de crescimento econômico de 3,5% (PASSARINHO, 2010), maior que a do governo anterior de Fernando Henrique Cardoso, que obteve média de 2,3%. Este índice também foi acompanhado por uma redução da desigualdade de renda no país, uma vez que em meados dos anos 1990, o índice de GINI registrava 59,1 pontos e, em meados dos anos 2000, este índice caiu para a marca de 55,0, saindo do posto de 4º mais desigual do mundo para a 5ª posição (GONÇALVES, 2011)³⁸. Neste contexto onde Brasil se lançava como um *player* da política e da economia global e que alguns especialistas chamavam à época de um novo "milagre brasileiro", a participação do país em um megaevento esportivo como uma Copa ou Olimpíada era uma chancela internacional de sucesso buscada pelo governo brasileiro.

Damo (2013) destaca o caráter ritualístico que o anúncio do Brasil como sede da Copa 2014 se deu, pois mesmo sabendo-se da vitória brasileira por ser candidato único do continente, a delegação brasileira se fez presente, tendo sido composta por dirigentes, ex-jogadores, governadores, prefeitos, deputados, senadores, o presidente Lula e Paulo Coelho, escritor brasileiro de renome internacional que foi o embaixador da candidatura brasileira. Na cerimônia não houve sobressaltos. No entanto, instantes antes da abertura do envelope que continha o nome do Brasil como sede do Mundial, o presidente da FIFA Joseph Blatter, após fazer um breve elogio ao futebol brasileiro, disse com o dedo em riste, apontado para o presidente Lula, palavras que soaram paradigmáticas para o que veio a ser o processo de preparação do Brasil para a Copa: "o Comitê Executivo da FIFA decidiu dar a responsabilidade, não só o direito, mas a responsabilidade de organizar a Copa Mundial da FIFA de Futebol 2014 ao país". Fez uma breve pausa, puxou o envelope e disse: "Brasil" (FIGURA 6).

³⁸ Disponível em:

http://www.ie.ufrj.br/hpp/intranet/pdfs/reducao_da_desigualdade_da_renda_governo_lula_analise_comparativa_reinaldo_goncalves_20_junho.pdf. Acesso em 14/05/14.

Figura 6 – Anúncio do Brasil como país sede da Copa do Mundo em 30 de outubro de 2007



Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=IFxgh1vOv4E>. Acesso em 13/05/14

É interessante destacar dois pontos deste ritual da indicação brasileira como sede do Mundial. Primeiro, a ênfase no sentido da responsabilidade que é passada da FIFA ao Brasil quanto a organização da Copa, onde numa mesma oração Blatter ressalta os termos *direito* e *responsabilidade*, inferindo daí, com o dedo em riste a um presidente da república, um compromisso moral de um nação com uma entidade privada. E, por outro lado, coloca-se também a relação clara e direta que a Copa é da FIFA e que, em última instância, esta irá arbitrar sobre os rumos do evento.

A partir daí uma acirrada competição entre cidades que se colocavam para abrigar os jogos da Copa se deu e de 18 candidaturas foram escolhidas doze, mesmo com os pedidos da FIFA para que o número de cidades-sede fosse menor, entre 8 e 10 (DAMO, 2013). No entanto, Lula afirmava que, por pressões políticas regionais, o evento deveria percorrer as diferentes regiões do país, o que iria forçar um deslocamento grande das seleções pelo Brasil, o que a FIFA chamou de "pesadelo logístico"³⁹. As cidades que concorreram e foram escolhidas em maio de 2009 como sede foram: Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), no sudeste; Porto Alegre (RS) e Curitiba

³⁹ Disponível em http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/06/120626_brasil_copa_independent_bg.shtml. Acesso em 13/05/14

(PR), na região sul; Brasília (DF) e Cuiabá (MT), no centro-oeste; Fortaleza (CE), Natal (RN), Recife (PE) e Salvador (BA), no nordeste; e Manaus (AM), como única sede da região norte. Já as não selecionadas foram: Rio Branco (AC), Belém (PA), no norte; Maceió (AL), na região nordeste; Goiânia (GO) e Campo Grande (MS), no centro-oeste; e Florianópolis (SC), na região sul.

As candidaturas das cidades brasileiras, para serem aprovadas, apresentaram uma série de ações em infraestrutura que em seu planejamento abordavam, entre outros itens, os investimentos em estádios, em mobilidade urbana e desenvolvimento turístico. Tais ações compuseram um documento intitulado Matriz de Responsabilidades, firmado em janeiro de 2010 entre estados, prefeituras e a União, tendo em vista os empreendimentos previstos nestes níveis de governo para o período da Copa (1º ciclo de planejamento). Após esta assinatura em 2011 e 2012 houve o 2º e o 3º ciclo de planejamento para o evento, sendo nestas fases planejados, respectivamente, os projetos de infraestrutura de suporte e serviços e de operações e ações específicas, conforme detalha a Figura 7. O processo de planejamento e preparação para o evento é complementado ainda pela realização em 2013 da Copa das Confederações no Brasil e da organização do evento de sorteio do Mundial, ocasião na qual se deu a definição das sedes por delegação.

Figura 7 - Etapas e ciclos de preparação para Copa no Brasil



Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

As cidades do Brasil no Mundial tinham, em tese, algumas vantagens competitivas em relação às de outros países-sede como foi o caso dos jogos na África do Sul, onde o futebol não é o principal esporte praticado e que, entre outros entraves, havia o fato dos estádios terem que ser adaptados da prática do rúgbi (esporte mais popular entre os sul-africanos) para o futebol. No caso brasileiro, havia a vantagem de que o país já abriga campeonatos regulares e tem uma relativa logística para o futebol em funcionamento. No entanto, nenhum dos estádios, nem mesmo o Maracanã, já palco de final de uma Copa (a de 1950), atendia às atuais especificações da entidade para abrigar jogos da competição e suas exigências de segurança, estrutura e valorização da imagem do espetáculo futebol⁴⁰. Entre algumas destas estava, por exemplo, a necessidade de todos os estádios apresentarem visão completa do campo, cobertura para os assentos de torcedores, saídas de emergência acessíveis, assentos para portadores de deficiências de locomoção, e ainda, plano de segurança e de acesso.

Além do plano de investimentos para os estádios, uma série de empreendimentos e ações em mobilidade urbana e infraestrutura das cidades também foram inseridas no tocante às ações necessárias ao evento. Estas se davam, em uma primeira perspectiva, no sentido da oferta de condições seguras e eficientes do deslocamento de torcedores aos jogos. Em segunda instância, como um legado, pois a realização da competição se inseria como um catalisador dos investimentos públicos e privados nas cidades-sede. Estes investimentos, de uma maneira geral, como se verá adiante, contemplavam a ampliação de meios de transporte público como Veículos Leves sobre Trilhos (VLT's) e *Bus Rapid Transits* (BRT's), além de investimentos nas malhas viárias.

Entre as ações previstas em âmbito nacional e local, inserem-se ainda a reforma e ampliação de portos e aeroportos, ações de desenvolvimento turístico, investimentos no setor de segurança e de telecomunicações. Entre

⁴⁰ Disponível em:

http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/copa_do_mundo/#5. Acesso em 07/05/14

algumas destas ações, destacam-se: concessões de financiamentos através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Banco do Nordeste do Brasil (BNB) para implantação de hotéis e *resorts*, assim como para a estruturação de ampliação da capacidade de movimentação de dados com a instalação de redes de fibra óptica e, além destas medidas, o fortalecimento da segurança pública para os jogos com a criação dos Centro Integrados de Comando e Controle (CICC).

Apesar deste planejamento, ao longo do processo de preparação do país para a competição, muitos dos investimentos ou financiamentos acabaram não sendo executados. O destaque é, principalmente, quanto ao previsto para a mobilidade nas cidades-sede, setor que teve várias ações retiradas da matriz de investimentos para o Mundial. Ocorre que, ao todo, foi orçada a ordem de R\$ 27 bilhões (ao contrário da estimativa inicial de 33 bilhões de 2009) pelas diferentes esferas do Poder Público para ações com a Copa 2014, sendo deste total, executados cerca de R\$ 20 bilhões, conforme se detalha nas Tabelas 3 e 4.

Tabela 3 - Investimentos por cidade sede para a Copa do Mundo 2014.

Cidade-sede	No. Emp./ Ações	Valor (em R\$)	
		Contratado	Executado
Belo Horizonte	25	2.283.017.701,00	1.425.980.306,00
Brasília	13	2.702.564.842,00	2.338.094.987,00
Cuiabá	17	2.388.655.259,00	1.389.974.576,00
Curitiba	25	988.186.433,00	614.276.988,00
Fortaleza	26	1.769.772.583,00	918.098.191,00
Internacional*	1	6.600.000,00	3.565.422,00
Manaus	14	1.008.632.594,00	717.879.143,00
Nacional	63	2.170.542.029,00	1.542.473.417,00
Natal	22	973.524.198,00	446.254.759,00
Porto Alegre	18	678.703.363,00	461.110.014,00
Recife	36	1.425.124.565,00	534.431.106,00
Rio de Janeiro	28	3.463.118.825,00	2.619.384.815,00
Salvador	34	983.588.224,00	911.503.294,00
São Paulo	21	6.982.616.203,00	6.155.875.022,00
Valor total	343	27.824.646.818,00	20.078.902.040,00

*Ações de promoção do país como sede da Copa 2014 em eventos internacionais.

Fonte: Portal da Transparência - Copa 2014

Tabela 4 - Execução financeira das obras e ações para a Copa do Mundo 2014

Tema	No. Emp./ Ações	Valor (em R\$)	
		Contratado	Executado
Aeroportos	30	9.679.609.933	7.551.598.668
Centros de Treinamento	20	0	0
Comunicação	1	6.600.000	3.565.422
Desenvolvimento Turístico	88	14.651.785	9.716.020
Estádios	12	8.457.846.591	6.542.853.964
Instalações Complementares (Copa 2014)	12	0	0
Instalações Complementares (Copa das Confederações)	6	19.519.625	26.890.332
Mobilidade Urbana	44	6.822.829.814	3.825.526.776
Outros	9	54.958.694	4.801.847
Portos	6	503.256.851	475.080.858
Segurança Pública	42	2.006.960.074	1.439.219.366
Telecomunicações	73	258.413.452	199.648.786
Valor total	343	27.824.646.818	20.078.902.040

Disponível em:

<http://www.portaldatransparencia.gov.br/copa2014/empreendimentos/investimentos.seam?menu=2&assunto=tema>. Acesso em 09/11/15

Durante o processo de preparação para o Mundial todas estas ações de transformação urbana e o ideário que se busca com a Copa em um país passam a estar representados nas identidades visuais do evento. Em se tratando de um evento que, como se viu, pressupõe a divulgação da imagem de sucesso de uma nação emergente, as logomarcas e a mascote são itens essenciais, oficiais e protegidos por um conjunto de regras de direitos de imagem descritos, como se verá na Lei Geral da Copa.

Neste sentido é que, em fevereiro de 2012, é feita a apresentação da logomarca da Copa das Confederações 2013, cuja estampa traz um pássaro da fauna brasileira (FIGURA 8), o sabiá-laranjeira, ressaltando a ideia da referência internacional do país enquanto reserva natural e biológica do mundo. Já para a Copa do Mundo em si, o anúncio da logomarca oficial (FIGURA 9) havia sido mais cedo, em evento durante a realização da Copa da África do Sul em julho de 2010. Esta marca, criada pela agência África, uma das mais conceituadas do país e avaliada por um grupo de “notáveis” que incluía personalidades como a cantora Ivete Sangalo, o escritor Paulo Coelho, a

modelo Gisele Bündchen, o designer Hans Donner e o arquiteto Oscar Niemeyer, além do secretário da FIFA Jérôme Valcker e o presidente à época da CBF Ricardo Teixeira, traz a referência direta a taça FIFA envolta com mãos em verde e amarela e a cor do ano 2014 em vermelho. Vale ressaltar que esta marca foi objeto de crítica de especialistas da Associação de Designers Gráficos do Brasil (ADG), excluída do processo de julgamento da marca, e de professores de cursos superiores de design por ser muito primária, não harmônica e visualmente remeter à imagem do médium Chico Xavier⁴¹, já que trazia semelhança com a figura de alguém de cabelo partido ao lado, em posição análoga a de quem psicografa.

Além disto, como outro ícone do Mundial, foi lançado em novembro de 2012 a mascote oficial do evento. Criado para homenagear o tatu-bola, animal da fauna brasileira ameaçado de extinção e que lembra uma bola ao se encapsular, a mascote da Copa no Brasil passou a se chamar "Fuleco" (FIGURA 10) após votação popular que opinou a partir de uma lista de nomes disponibilizada pela FIFA na internet⁴². O nome é um anagrama das palavras de futebol e ecologia, ressaltando mais uma vez o viés da imagem brasileira ligada ao tema ambiental.

Vale salientar que o nome da mascote oficial da Copa também foi alvo de críticas por ter um significado dúbio. Em algumas regiões brasileiras, a expressão "fuleco" é sinônima de ânus, notícia que se espalhou inclusive a partir de um periódico alemão⁴³. Entretanto, ironicamente, a expressão significa, de acordo com o *Dicionário Online de Português*, "o ato de perder ao jogo tudo que possuía ou levava"⁴⁴. Tal resistência à mascote, para além do polêmico nome, se deu ainda pelo fato de infláveis com a sua imagem terem sido um dos alvos de protestos contra a Copa em cidades sede como Porto Alegre e São Paulo, tendo o poder público destacado, inclusive, contingente policial para a sua proteção.

⁴¹ Disponível em: <http://copadomundo.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/07/13/eleito-por-notaveis-logo-da-copa-2014-levanta-polemica-entre-leigos-e-especialistas.jhtm>. Acesso em 07/05/16.

⁴² Os outros nomes concorrentes eram "Amijubi" e "Zuzeco".

⁴³ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/boato-que-fuleco-significa-anus-se-espalha-na-alemanha>. Acesso em 12/09/16.

⁴⁴ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/fuleco/>. Acesso em 12/09/16.

Figura 8 - Logomarca da Copa das Confederações 2013



Disponível em: <http://www.b9.com.br/28357/design/e-o-logo-da-copa-das-confederacoes-2013-no-brasil/>. Acesso em 07/05/16.

Figura 9 - Logomarca da Copa do Mundo 2014



Disponível em: <http://www.designerd.com.br/sobre-o-logotipo-da-copa-do-mundo-de-2014/>. Acesso em 07/05/16.

Figura 10 - Mascote da Copa do Mundo 2014, o Fuleco



Disponível em: <http://euamomeusanimais.com.br/tatu-bola-o-mascote-da-copa-mundo-brasil/>. Acesso em 07/05/16.

2.2. A Lei geral da Copa e arranjos institucionais

Além de todo o pacote de intervenções públicas no sentido de proporcionar a infraestrutura, segurança e mobilidade necessárias para a Copa

do Mundo FIFA e o pacote visual do evento, há um conjunto de leis que o país anfitrião se compromete no momento em que se dispõe a sediar um Mundial de futebol. No Brasil, esta legislação foi representada pela Lei Geral da Copa (Lei 12.663 de 5 de junho de 2012) que deu condições especiais para o evento, limitando inclusive instrumentos legais consolidados como a meia entrada aos jogos de maneira irrestrita a estudantes e idosos e a venda de artigos e alimentos não chancelados pela FIFA no entorno e no interior dos estádios. Estes dispositivos foram de encontro a leis já existentes no país, como o Estatuto do Torcedor (uma legislação aprovada no âmbito do futebol brasileiro), que, por exemplo, proíbe a venda de bebida alcoólica nos estádios, sendo que isto não aplicou durante a Copa às marcas patrocinadoras nos locais dos jogos.

A Lei Geral da Copa, segundo o estudo *Na Sombra dos Megaeventos Esportivos*, produzido pelo Instituto Políticas Alternativas para o Cone Sul - PACS e Justiça Global (2012) aborda os seguintes pontos:

- 1) Proteção da propriedade Industrial e direitos de imagem, som e radiodifusão;
- 2) Áreas de restrição comercial;
- 3) Venda e preços de ingressos;
- 4) Tipos penais, sanções civis e júzos especiais;
- 5) Vistos de entradas e permissões de trabalho;
- 6) Responsabilidade da União.

Cada um destes temas abordados na Lei cria, de maneira geral, um regime jurídico especial, ou um estado de exceção (AGAMBEN, 2004) muitas vezes sobrepondo-se ou dando interpretação dúbia para leis já existentes no Brasil. É o caso do primeiro ponto destacado, que trata dos procedimentos de registro de marcas, emblemas e demais "símbolos oficiais" da FIFA no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Neste artigo da Lei não há qualquer definição sobre o que significa o termo "símbolos oficiais", que pode abranger uma variedade enorme de imagens, ideias, ou mesmo expressões linguísticas. Segundo o PACS, até mesmo o numeral "2014" foi registrado, além mais de mil itens somente até o ano de 2012. Isto se torna particularmente preocupante ao se verificar o texto do artigo 5º, parágrafo 1º:

Art. 5º As anotações do alto renome⁴⁵ e das marcas notoriamente conhecidas de titularidade da FIFA produzirão efeitos até 31 de dezembro de 2014, sem prejuízo das anotações realizadas antes da publicação desta Lei.

§ 1º Durante o período mencionado no caput, observado o disposto nos arts. 7º e 8º:

I - o INPI não requererá à FIFA a comprovação da condição de alto renome de suas marcas ou da caracterização de suas marcas como notoriamente conhecidas; e II - as anotações de alto renome e das marcas notoriamente conhecidas de titularidade da FIFA serão automaticamente excluídas do Sistema de Marcas do INPI apenas no caso da renúncia total referida no art. 142 da Lei no 9.279, de 1996 (BRASIL, 2012, p. 3-4).

Isto significa dizer que a comprovação ou não de propriedade em um dispositivo legal que aborda justamente tal assunto é algo secundário. Por outro lado, mesmo com base nesta autoridade, não necessariamente constatada, a FIFA tem, em consequência desta Lei, a autoridade de impedir a veiculação de imagens ou a presença da imprensa em ocasiões relacionadas à Copa das Confederações e do Mundo no Brasil.

Esta restrição se mostra ainda mais severa ao se tocar nos limites comerciais destes eventos. De acordo com o artigo 11, a FIFA torna-se responsável pela deliberação do comércio de rua nas denominadas Zonas de Exclusão - áreas que abrangem um raio de 2 km dos locais de competição. Esta disposição afirma a proibição da venda de qualquer produto que não obtenha permissão expressa da entidade.

O descumprimento desta regulamentação incorre em tipificação penal prevista. Em seu artigo 37, o projeto prevê a criação de juizados especiais, varas, turmas e câmaras especializadas para causas relativas aos eventos. Estas instâncias legais teriam prazos de julgamento e logística de funcionamento próprios no intuito da celeridade do processo, o que criou, flagrantemente, uma justiça paralela no país. No caso sul-africano, este juizado especial também foi criado e se mostrou desproporcional na sua atuação, com

⁴⁵ Segundo Porto (2016), uma marca de alto renome é aquela marca que é conhecida por consumidores pertencentes a diversos segmentos de mercados diferentes daquele mercado que corresponde aos produtos ou serviços protegidos por esta marca. Informação disponível em: <http://www.nbb.com.br/pub/propriedade20.pdf>. Acesso em 29/10/2016.

penas de quinze anos, por exemplo, para furtos de câmera fotográfica⁴⁶. Toda esta supervalorização da FIFA no contexto de uma Copa é expressa também no tocante ao processo especial de concessão de vistos de entrada no país, onde como consta na Lei, a credencial da entidade é o suficiente para assegurar a entrada no território nacional, criando assim, uma espécie de passaporte diplomático.

Art. 26. Até 31 de dezembro de 2014 serão concedidos, sem qualquer restrição quanto à nacionalidade, raça ou credo, vistos de entrada para: I - todos os membros da delegação da FIFA, inclusive:

a) membros de comitê da FIFA; b) equipe da FIFA ou das pessoas jurídicas, domiciliadas ou não no Brasil, de cujo capital total e votante a FIFA detenha ao menos noventa e nove por cento; c) convidados da FIFA; e d) qualquer outro indivíduo indicado pela FIFA como membro da delegação da FIFA; II - funcionários das Confederações FIFA; III - funcionários das Associações Estrangeiras Membros da FIFA; IV - árbitros e demais profissionais designados para trabalhar durante os Eventos; V - membros das seleções participantes em qualquer das Competições, incluindo os médicos das seleções e demais membros da delegação; VI - equipe dos Parceiros Comerciais da FIFA; VII - equipe da Emissora Fonte da FIFA, das Emissoras e das Agências de Direitos de Transmissão; VIII - equipe dos Prestadores de Serviços da FIFA; IX - clientes de serviços comerciais de hospitalidade da FIFA; X - Representantes de Imprensa; e XI - espectadores que possuam ingressos ou confirmação de aquisição de ingressos válidos para qualquer Evento e todos os indivíduos que demonstrem seu envolvimento oficial com os Eventos, contanto que evidenciem de maneira razoável que sua entrada no país possui alguma relação com qualquer atividade relacionada aos Eventos. § 1º Considera-se documentação suficiente para obtenção do visto de entrada ou para o ingresso no território nacional o passaporte válido ou documento de viagem equivalente, em conjunto com qualquer instrumento que demonstre a sua vinculação com os Eventos, nos termos deste artigo.

Em fins de conta, toda esta legislação que instaura uma espécie de estado de exceção no país tem como último ponto a responsabilização da União por quaisquer danos ou prejuízos causados à FIFA. Como afirmam os artigos 29 e 30 da Lei:

⁴⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2010/06/fifa-exigiu-mudancas-na-justica-da-africa-do-sul.html>. Acesso em 12/09/16.

Art. 29. A União responderá pelos danos que causar, por ação ou omissão, à FIFA, seus respectivos representantes legais, empregados ou consultores, na forma do art. 37, §6º, da Constituição.

Art. 30. A União assumirá os efeitos da responsabilidade civil perante a FIFA, seus representantes legais, empregados ou consultores por todo e qualquer dano resultante ou que tenha surgido em função de qualquer incidente ou acidente de segurança relacionado aos Eventos, exceto se e na medida em que a FIFA ou a vítima houver concorrido para a ocorrência do dano.

Parágrafo único. A União ficará sub-rogada em todos os direitos decorrentes dos pagamentos efetuados contra aqueles que, por ato ou omissão, tenham causado os danos ou tenham para eles concorrido, devendo o beneficiário fornecer os meios necessários ao exercício desses direitos (BRASIL, 2012, p.9).

Fica patente nesta lei a tutela penal do Estado brasileiro dos interesses da FIFA em troca do direito de sediar uma Copa do Mundo. Isto se dá por meio de um regime jurídico especial que se sobrepõe à Constituição de uma nação e responsabiliza-a por danos econômicos que podem acontecer para uma entidade privada.

No entanto, tal imposição não se deu sem resistências. Em relação à meia-entrada nos estádios, direito garantido por lei para estudantes e idosos, após protestos de entidades estudantis e pressão da sociedade, o Governo Federal entrou em acordo com a FIFA e estabeleceu um total de 300 mil ingressos, ou 10% das entradas de todos os jogos⁴⁷, destinados à meia-entrada para estudantes com identidade estudantil, pessoas com mais de 65 anos e beneficiários do Programa Bolsa Família.

A aceitação das condições impostas pela FIFA para a realização do Mundial em nível nacional reproduz-se nos níveis estaduais e municipais, através de legislações ou decretos que se coadunam com a Lei Geral da Copa. No Ceará, o marco, segundo Frota (2015) foi o Convênio ICMS 134, de 16 de dezembro de 2011 que institui a isenção para a FIFA do pagamento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), justamente a principal forma de arrecadação tributária dos governos estaduais. Este convênio foi ratificado e incorporado à legislação tributária estadual através do Decreto nº

⁴⁷ Disponível em: <http://www.direitosdacrianca.gov.br/temas/esporte/em-pauta>. Acesso em 12/09/16.

30.873 de 10 de abril de 2012 e pela Instrução Normativa da Secretaria da Fazenda nº22/2012 que estabeleceu que todas as empresas responsáveis pelas obras inseridas na Matriz de Responsabilidades também estariam albergadas pela isenção de ICMS.

Em nível municipal, a legislação de suporte à Lei Geral da Copa se dá através de três projetos de leis aprovados. As duas primeiras foram as Leis Municipais de nº 9.986 e 9.987, ambas aprovadas em prazo recorde de dois dias de discussão, após serem colocadas pelo Legislativo Municipal como "não polêmicas" e sancionadas em 28 de dezembro de 2012. Estas estabelecem, no caso da lei 9.986/2012, as vantagens comerciais aos parceiros da FIFA em âmbito municipal, eximindo a entidade da legislação local quanto à proibição da venda de bebidas alcoólicas em estádios (salvo para menores de 18 anos), deixando a cargo da entidade o controle do que poderia ser comercializado nos espaços oficiais da Copa.

Além destes dispositivos, na Lei Municipal nº 9.987/2012 foram definidas as "zonas exclusivas" em um raio de dois quilômetros dos locais oficiais da competição, onde a entrada era regulamentada pela FIFA, deixando a esta o controle de quem tinham acesso ou a permissão de comercialização de produtos nestas áreas. Nesta lei ficou também definido que, em dias de jogos da Copa em Fortaleza, seriam decretados feriados municipais, assim como não seriam permitidos eventos públicos durante o período do Mundial que tivessem relação com a Copa sem a devida autorização da FIFA, incluindo transmissões públicas de jogos em espaços abertos, o que é uma tradição durante o período de Copa no País.

A terceira Lei municipal a se consolidar em função do Mundial foi a de nº 9.988/2012, sancionada também 28 de dezembro, relativa isenção tributária da cobrança do Imposto Sobre Serviços (ISS) para a FIFA e seus parceiros, o que, na prática, retira a possibilidade do incremento direto da arrecadação municipal com a Copa das Confederações e do Mundo, pois esta prevê vigência de até 60 dias após a realização do Mundial na Capital.

Tal influência da FIFA se impôs inclusive no instrumento de regulação urbanística da Cidade, que é o Plano Diretor Municipal. Construído de forma participativa em 2009, a legislação previa a constituição de Zonas Especiais de Interesse Social (ZEIS), as quais, de acordo com Estatuto das Cidades (Lei

Federal 10.257/2001) devem proteger áreas de habitação de famílias definidas como de baixa renda. Contudo, no próprio instrumento foi incluído pela Prefeitura Municipal, quando da discussão do projeto de Lei do referido Plano Diretor na Câmara Municipal, artigo que relativizava o impedimento da execução de grandes empreendimentos nestas zonas quando se tratasse de projetos ligados ao Mundial de 2014. Tais mudanças são descritas da seguinte forma:

Art. 5º. Fica a Chefe do Poder Executivo, em consonância com o que estabelece o artigo 4º, autorizado a, por decreto, estabelecer exceção aos parâmetros urbanísticos da área em está inserida a ZEIS 1 do Lagamar, quando o interesse público justifica, ou quando estiverem envolvidas ações de infraestrutura viária ou infraestrutura urbana ou ambiental, ou ainda, quando se tratar de projetos que tenham relação com a Copa 2014. (Projeto de Lei Complementar, 21/12/2009) (PEQUENO; FREITAS, 2015)

Toda esta movimentação de recursos legais tem, portanto, efeitos práticos na construção do "estado de exceção" que se configurou na Copa das Confederações e na Copa no Brasil. Vale ressaltar, entretanto, que estas eram condições conhecidas para todos os países ou cidades que se candidatam a sediar um Mundial, inserindo-se como condição. A despeito destes aspectos, o Governo Federal considerou exitosos os eventos no País, construindo inclusive para o Mundial o epíteto a "Copa das Copas", como se verá mais adiante.

Na realidade específica do Ceará, o êxito do evento mostrou-se, de acordo como será demonstrado a seguir, a partir da oportunidade de "apresentar" Fortaleza para o mundo, principalmente, do ponto de vista turístico. Esta estratégia, por sua vez, reafirma o empreendedorismo urbano praticado pelo poder público em Fortaleza, que atua tendo em vista a inserção da Cidade nos fluxos globais de capital, além da superação da associação do Estado com a pobreza e com os efeitos da seca.

2.3. O Governo Cid Gomes e a Fortaleza como cidade *avant guard*

No contexto da preparação da Copa 2014 no Brasil, Fortaleza como cidade-sede teve sua imagem em destaque. Mostra disto foram os reiterados elogios por parte de integrantes da FIFA a respeito do projeto técnico que

embasou a candidatura da capital cearense e, além disto, a conclusão das obras do estádio Arena Castelão antes do prazo estabelecido no documento. Esta foi a primeira arena a ser concluída para o Mundial, já em 16 de dezembro de 2012, quatro meses mais cedo do que havia sido inicialmente estipulado e uma semana antes do segundo estádio a ser entregue, o Mineirão, em Belo Horizonte - MG.

Outro fator que destacou a preparação de Fortaleza como cidade-sede foi o fato de ter sido a mais visitada por turistas estrangeiros e brasileiros durante a realização da Copa das Confederações em 2013, segundo dados do Instituto de Pesquisas e Estratégias Econômicas do Ceará (IPECE, 2013). Este fato afirmou a cidade como um dos principais polos das competições da FIFA no Brasil e contribuiu para a construção da imagem da Cidade quanto à eficiência na execução dos planos traçados. Neste sentido, a Copa em Fortaleza passou a ser encarada pelo poder público como um signo de modernização da cidade e catalisadora das políticas de desenvolvimento no Estado, em especial no setor turístico, o que se coaduna com o que ocorre em outras grandes cidades que sediam megaeventos.

Em Fortaleza, a preparação para a Copa se deu durante os dois mandatos de Cid Ferreira Gomes (2006-2010 e 2011-2014). Irmão de Ciro Gomes e Ivo Ferreira Gomes⁴⁸, o governador do Ceará, em seus mandatos, deu continuidade aos marcos políticos dos *Governos das Mudanças*, com o discurso do maior incentivo à industrialização no estado e a inserção do Ceará como destino de turismo de entretenimento/lazer e de negócios, adotando, entre outras estratégias, o pesado investimento em infraestrutura e a participação cearense no circuito de grandes eventos esportivos, comerciais e empresariais.

Tendo como cenário a alta aprovação e o apoio no Nordeste do governo Lula (2003-2010) no nível federal, e de Luizianne Lins, na prefeitura de Fortaleza (2004-2012), ambos do Partido dos Trabalhadores (PT), além do PMDB, partido com largas bases eleitorais no estado, Cid se lança pelo Partido

⁴⁸ Representantes de uma dinastia da política cearense oriunda da cidade de Sobral, localizada na região norte do Estado, na qual tratou de dar continuidade ao discurso mudancista, ligado ao grupo de Tasso Jereissati. Cid traçou uma carreira meteórica em cargos eletivos no parlamento e executivo cearense, passando de deputado estadual (1991-1995) para prefeito de Sobral, entre os anos de 1997 e 2004, e governador do Ceará a partir de 2006.

Socialista Brasileiro (PSB) como candidato a governador e vence as eleições de 2006. Segundo Benevides (2012), teve como bandeiras eleitorais: o apoio do governo federal, a proposta de aperfeiçoamento da gestão da segurança pública com o programa *Ronda do Quarteirão*⁴⁹ e a interiorização do desenvolvimento⁵⁰. Esta fórmula logrou êxito não somente nas eleições de 2006, mas o levou a um segundo mandato em 2010 sob estas mesmas bases, mesmo que, na área da segurança pública, a população cearense assistisse a uma escalada nos indicadores negativos do tema (BENEVIDES, 2012).

O governo Cid Gomes é caracterizado pela valorização ainda mais acentuada de ícones que remontam à procura por uma maior inserção da economia do Estado no circuito global do grande capital. Isto se observa em obras como o Centro de Eventos do Ceará (2012), o Acquário Ceará (ainda em construção), o Complexo Portuário e a Companhia Siderúrgica do Pecém, ou ainda, a substituição das viaturas da polícia militar por veículos de luxo, fazendo as ações do Governo Estadual passarem a ser marcadas pela espetacularidade da imagem. Como afirma Benevides (2012, p.56):

A inserção das falas, promessas e imagens evocadas já na primeira gestão do governador, aponta para uma tríplice apropriação do moderno: 1) como instrumento de execução prática do desenvolvimento imaginado, 2) como arquétipo de Estado atuante e ciente dos contextos extra-locais (na forma das “tendências” e ações realizadas em outros lugares por outros poderes públicos) e 3) como movimento de legitimação, de incorporação das relações de governo como “aquele que age, que faz” e que, conseqüentemente, reproduz-se na modernização dos meios de fala sobre a modernização.

Estas ações do governo estadual foram quase sempre divulgadas pelos meios de comunicação como marcas de uma "gestão competente" e

⁴⁹ Modelo de policiamento proposto por Cid Gomes baseado em rondas ostensivas de policiais em viaturas motorizadas (caminhonetes e motos), no qual a comunidade dos bairros poderia entrar em contato via telefone celular. O programa inicialmente abrangeu somente a capital, mas estendeu-se para algumas grandes cidades do interior cearense. O programa foi bastante criticado por utilizar caminhonetes de alto luxo e por não resultar em efeitos significativos nos índices de segurança pública da Capital e do Estado, sendo ao longo de 2014 desarticulado pelo governo estadual.

⁵⁰ Entre as proposta de interiorização do desenvolvimento estavam a de construir hospitais de referência no atendimento de urgência no interior, em especial em Sobral, na região Norte e Juazeiro do Norte, na região sul. Além disto, a construção de escolas profissionalizantes em várias cidades, a conclusão da construção do Porto do Pecém e a instalação da Companhia Siderúrgica em São Gonçalo do Amarante tornaram-se marcas desta política.

estariam ampliando a imagem do Ceará para o mundo, integrando-o do ponto de vista econômico e dos serviços básicos necessários ao desenvolvimento do Estado, tendo na Capital o retrato maior desta modernização. O discurso oficial se alterna entre imagens que centralizam na figura do governador o símbolo da competência administrativa e "despersonalizam" medidas polêmicas, colocando-as como fruto da ação estatal (BENEVIDES, 2012). Isto se deu em momentos das ações voltadas à Copa no Ceará, tais como a visita do próprio governador às casas de moradores atingidos por obras do VLT Parangaba/Mucuripe, demonstrando a estes as "vantagens" do empreendimento. Por outro lado, em ações repressivas contra as manifestações ocorridas durante a Copa das Confederações, a ação era "despersonalizada", atribuindo-se ao papel do Estado como mantenedor da ordem.

Esta marca da ação governamental estadual têm como um dos exemplos mais representativos a construção do Acquário Ceará. Obra de 21,5 mil metros quadrados, em execução desde 2012, localiza-se na Praia de Iracema, área turística e estratégica da Cidade. Situado próximo a centros culturais, bares e boates de Fortaleza, o oceanário tem como meta alavancar a visitação do Ceará nos moldes do que ocorreu em Baltimore (EUA), cuja antiga área portuária foi transformada em área voltada para o turismo e lazer, tendo como um dos ícones um aquário (GONDIM, 2016)

Contudo, tal obra, assim como a maioria das intervenções previstas para a Copa em Fortaleza, pode atingir habitações das populações mais vulneráveis da cidade e estas, por sua vez, convivem com intervenções urbanas, geralmente, sob a sombra da incerteza da sua permanência nestas áreas. Este aspecto compõe um processo *gentrificação*, seja em decorrência da valorização imobiliária, seja pelos processos abruptos de remoção tocados pelo governo. Neste sentido, no intuito da sensibilização e justificativa para tais empreendimentos, aparece quase sempre como justificativa o crescimento do setor do turismo, uma conseqüente dinamização da economia e a geração de empregos no Estado, tomados como aspecto primordial, acima de possíveis impactos em comunidades tradicionais da cidade. Note-se a visão do estado sobre o tema:

No momento em que está se construindo um Aquário, é exatamente para que você possa fazer com que as pessoas passem mais tempo na cidade de Fortaleza. Porque quanto mais tempo ele passa, mais riqueza ele está deixando na cidade e mais emprego ele tá gerando. Porque isso é uma cadeia. A cadeia do turismo ela é fantástica porque ela não se resume somente a hotéis e às pessoas que trabalham no turismo, como guia turística e os pontos turísticos, mas ela é enorme. Ela termina contribuindo para o taxista, para o setor de transporte de um modo geral, para bares e restaurantes, para o comércio. Então tudo isso é que é importante. Então, se a gente tem aqui pouca diversão, o turista vem, passa dois dias e vai embora. Se você tem um leque de opções, ele pode passar mais dias e quanto mais dias eu passo aqui, mais ele deixa de dinheiro aqui na cidade de Fortaleza e no Estado do Ceará. Então, estamos criando opções nesse sentido de fazer o turismo não só de negócios, o turismo também familiar [para que] possa passar mais tempo na cidade de Fortaleza e no Estado do Ceará e, com isso, resultar em mais emprego e mais oportunidades para o cearense (Ferrúcio Feitosa, secretário da Copa do Governo do Estado do Ceará, em entrevista em 11/11/14)

A construção do Acquário e a preparação para a Copa, por outro lado, se deram ao mesmo tempo em que o estado do Ceará vivia à época uma situação social alarmante, decorrente de prolongada estiagem. Assim, em dezembro de 2012, segundo o decreto 31053/2012 da defesa civil do estado, 173 municípios, do total dos 184 do Estado, decretaram situação de emergência frente a uma das piores secas das últimas décadas, segundo o jornal *Diário do Nordeste* de 09 de dezembro de 2012. Em setembro de 2015, os reservatórios do estado atingiram o menor volume de água da década⁵¹ e desde então a situação não melhora.

Esta prioridade dada às obras da Copa e à estruturação do turismo no Estado, a despeito de seus possíveis impactos sociais, se percebe na forma como foram executadas a construção do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT), em sua linha Parangaba/Mucuripe, as estações Juscelino Kubitchek e Padre Cícero do Metrofor, e também, a reforma do estádio Castelão. Nestes projetos há, de um lado, a estética pós-modernista e monumental e o grande volume de recursos, e de outro, aspectos polêmicos, principalmente no caso do VLT, que

⁵¹ Disponível em:

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2015/09/08/noticiasjornalcotidiano,3501068/reservatorios-do-ceara-atingem-menor-nivel-da-decada.shtml>. Acesso em 21/02/16.

ameaçou retirar cerca de 5 mil famílias de seus locais de moradia⁵². Neste caso em particular, apresentou-se como insígnia a falta de diálogo com a população impactada, geralmente composta pelas classes sociais mais vulneráveis de Fortaleza. Senão vejamos:

[...] primeiro eles chegaram medindo as casas sem perguntar, sem se identificar, sem dizer o que era. De repente a gente acordou e viu aquelas casas ali, tudo marcada. Mas por que ficaram marcadas? Foram dizer que era uma terceirizada do governo que tinha vindo ali marcar aquelas casas, porque aquelas casas iriam ser retiradas. Assim, sem dar a menor satisfação. Aí, passou um tempo, aí depois eles vieram cortando as árvores. Aí a gente foi pra cima, né – algumas pessoas, não foi nem todas – quatro ou cinco companheiros foram pra cima. Aí, quatro ou cinco pessoas quase não faz diferença nenhuma. Aí eles ligaram lá não sei pra quem, de repente chegou o carro da polícia. Aí, nós ligamos pro nossos apoiadores. Aí chegou a doutora e chegou a falar, né, e foi assim. Aí, depois daquele momento, eles pararam de cortar, quando foi no outro dia, eles estavam no mesmo canto, cortando as mesmas árvores com o auxílio da polícia também. Era o carro da polícia de um lado e eles cortando do outro. Então, daí, quando cortaram as árvores que eles começaram a fazer um imenso muro. Aí as pessoas começaram logo a passar mal. (Morador da comunidade Aldaci Barbosa durante o evento Ciclo de Debates Copa UFC - 10/07/2013)

Além da ausência de reuniões formais e discussões mais demoradas com as populações atingidas pelos projetos do Governo, no caso específico das obras do VLT, o contato estatal com estas populações foi marcado por arroubos do governador que, para comunicar e apresentar o projeto, utilizou o artifício de realizar visitas de surpresa às respectivas comunidades, em duas ocasiões: uma, na comunidade Aldaci Barbosa em agosto de 2011, e outra, na comunidade Jangadeiro, na Via Expressa em abril de 2013⁵³. Nestas ocasiões o governador batia à porta dos moradores, pessoalmente, em horários às vezes inconvenientes como 20h ou 21h para explicar para alguns os benefícios das intervenções.

⁵² Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/obra-para-a-copa-de-2014-ameaca-5-mil-familias-em-fortaleza,b8fd5aa703081410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>. Acesso em 01/06/2014

⁵³ Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/noticia.asp?codigo=357147>. Acesso em 10/04/13

O processo de remoção das quase 5 mil famílias atingidas por estas obras, em muitos casos, operou-se de forma truculenta, com a transferência delas para locais distantes de suas moradas. Este é o caso da proposta de transferência da maioria das famílias atingidas que, originalmente morando em áreas mais próximas do Centro como Montese, Parangaba ou Aldeota, são removidas para locais distantes do centro de Fortaleza, como Conjunto José Walter, sem infraestrutura adequada para tal impacto populacional.

De acordo com relatos de moradores do Aldaci Barbosa que estavam passando por este processo, as indenizações eram pífias, atingindo no máximo R\$ 40.000,00 por um imóvel em áreas valorizadas da cidade, valor que não paga uma nova residência em área urbanizada equivalente. Segue abaixo o relato de um morador de uma das comunidades atingidas pelas obras do VLT Fortaleza no bairro Montese:

A última vez que ele [o governador] veio na minha comunidade a minha companheira ali falou – eu nem acreditei que ele estivesse ali. Ele chegou uma noite, né, [...] aí eu cheguei pra ele disse: “oh, governador, porque você rasgou a constituição?” [...] Ele fez um projeto de lei como se a gente, isso aqui não existisse lei aqui, né. Aí, eu falei pra ele: “por que você rasgou a constituição?” Aí, ele perguntou pra mim o que era a constituição? Aí eu falei o que era. Ele disse: “não, eu fiz aquilo ali para garantir os direitos de vocês” [...] “quando eu dou alguma coisa pra vocês aqui, porque eu sou bom, porque se eu fosse um cara “escroto” eu não daria nada a vocês. Eu tirava vocês daqui sem direito a nada”. Gente naquele momento ali eu acho que... Sei não. Mas um sujeito desse deveria ser apedrejado no mesmo instante, tá entendendo? Porque isso não é um linguajar de um governador, tá entendendo? E falar daquela maneira, né? [...] O governo está me manipulando, está manipulando todas as pessoas, aí tá colocando numa boa embalagem e está vendendo pelo preço que ele quer. [...]. (Morador da comunidade Aldaci Barbosa durante o evento Ciclo de Debates Copa, organizado pelo Observatório de Políticas Públicas - UFC em 10/07/2013)

Todo este processo que atinge comunidades carentes de atenção dos serviços públicos básicos contrasta radicalmente com a imagem de modernidade, alegria e integração global propagados na preparação da cidade para a Copa sob o lema “Fortaleza: cidade-sede da alegria” (FIGURA 11). Invisibilizadas, estas comunidades são postas literalmente à margem da cidade, em áreas periféricas, longe da possibilidade de “enfeierem” a “cidade-

sede da alegria", marca dos governos municipal e estadual, estampados em *banners* em grandes avenidas da capital cearense. Tais fatos contribuem para entender que tipo de imagem o governo estadual tentou construir para a candidatura da cidade tendo em vista o Mundial de futebol da FIFA.

Figura 11 - *Banner* Fortaleza Cidade-sede da Alegria em meio aos protestos de junho de 2013



Foto: Leonardo Vasconcelos (junho de 2013)

Observou-se, por parte do governador Cid Gomes e o Secretário da Copa Ferrúcio Feitosa, um árduo trabalho na construção de uma imagem da administração estadual ligada aos parâmetros estéticos e de governança *avant guard*, onde a imagem da competência na conclusão de obras é buscada como marca personalizada de uma gestão. Neste intuito é que, a uma semana da inauguração do Castelão em dezembro de 2012, o governador pessoalmente se pôs a panfletar a divulgação do evento na Praia do Futuro, juntamente com o secretário da SECOPA (FIGURA 12). Percebe-se aqui o Castelão como a obra mais emblemática das que foram previstas para Fortaleza no contexto do Mundial de 2014. Ela será, como discutido adiante, o ponto nevrálgico de uma política de construção de imagem do governo do Estado e das intervenções urbanas que para lá convergiram.

Figura 12 - Panfletagem feita pessoalmente pelo governador Cid Gomes e o Secretário da Copa 2014 na Praia do Futuro, divulgando o evento de inauguração do estádio Castelão em dezembro de 2012



Fonte: disponível em <http://blog.opovo.com.br/blogdoeliomar/governador-e-secretario-distribuem-convites-para-a-inauguracao-da-arena-castelao/>. Acesso 11/12/12.

2.4. A candidatura de Fortaleza e a busca pela construção da imagem de sede-modelo

Após a divulgação em 2007 da confirmação do Brasil como sede da Copa 2014, as gestões Cid Gomes, no governo do Ceará, e Luizianne Lins, na prefeitura de Fortaleza, de forma articulada, lançaram a capital cearense como uma das candidatas a cidade-sede do evento. Isto se deu a partir de uma intensa estratégia de *marketing*, formulada com a contratação da consultoria *European Venue Management Institute* (EVMI), do técnico inglês Ian Nuttal, empresa especializada em projetos de gerenciamento operacional de grandes estádios como os da liga de futebol americano e arenas europeias de futebol.

Como principais argumentos utilizados, segundo o *release*⁵⁴ do governo e da prefeitura municipal enviado à FIFA para a defesa de Fortaleza como sede estão: a proximidade com continentes como a Europa, América do Norte e Central, a África e a facilidade de acesso a visitantes destas regiões; a adoção de medidas de responsabilidade ambiental na organização do evento;

⁵⁴ Disponível em <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=395%3Arelease-geral-fortaleza>. Acesso em 02/06/14.

e o diferencial turístico da Cidade. Este último argumento, por sua vez, foi focado no postal e capa do projeto que embasou a candidatura onde se percebe a busca pela consolidação de uma imagem que ressalta o povo e as belezas naturais do litoral cearense (FIGURA 13), com destaque para as imagens do sol confundida com um bola de futebol como marca da imagem da cidade para a Copa. Importante destacar que este mesmo sol que havia antes marcado a imagem cearense no contexto da seca é agora utilizado como aliado na construção de um Ceará turístico no contexto de um megaevento.

Vale ressaltar que guias, postais ou informativos institucionais que direcionam o olhar do "estrangeiro" sobre uma determinada cidade, segundo Barreira (2012), é uma forma de moldar a imagem que se tece sobre uma determinada realidade. Neste sentido, a construção da imagem urbana da capital cearense durante a preparação para o Mundial de 2014 tem nos materiais oficiais, o discurso e a representação da cidade buscada para este contexto. Segundo a Barreira (2012, p.39)::

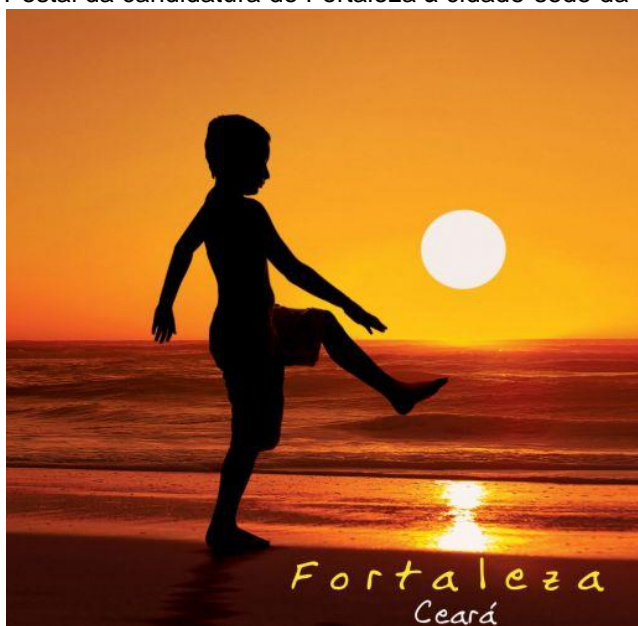
Um guia ou catálogo de informações sobre a cidade é, como diz o próprio nome, indicativo de uma caminho contrário à atitude de caminhantes que se deixam caminhar a esmo [...]. Os materiais informativos funcionam, nesse sentido, como uma direção para evitar "caminhos incertos" ou desvios de um modo planejado de conhecer a cidade.

Em Fortaleza, como se viu, a estratégia de trazer a Copa foi aliada à busca pela valorização da imagem da cidade como uma forma de inseri-la nos fluxos globais de circulação do capital, em especial no que se relaciona ao setor turístico. Entre outros efeitos tem-se a ideia de impulsionar, sobretudo, o turismo de eventos e de entretenimento, tendo em vista a geração de emprego e renda. Para tanto, a exaltação dos atrativos turísticos passa a ser uma constante na construção da imagem da cidade para a Copa. Note-se a ênfase na possibilidade de ampliação da inserção do estado neste tipo atividade econômica a partir do evento, na fala do Secretário da Copa à época, Ferrúcio Feitosa:

[...] a Copa do Mundo é tida como o maior e mais midiático evento que existe no planeta. Então, é natural que muitos países tenham o desejo de sediar esse evento, por conta não só da oportunidade de você poder mostrar ao mundo, as

belezas naturais, mostrar a gastronomia, mostrar a cultura. Tudo aquilo que pode potencializar futuros negócios, como também, até mesmo dentro da perspectiva do turismo. Então, se a gente verificar há, inclusive, uma disputa bem acirrada, no mundo, por sediar Copas do Mundo, exatamente por conta dessa grande visibilidade de que é dada ao país e às cidades que têm a oportunidade de ser sede. E aqui, no Ceará, não foi diferente. A gente, hoje, o turismo no Estado do Ceará já representa mais de 10% do PIB do nosso estado (Ferrúcio Feitosa, secretário da Copa do Governo do Ceará, em entrevista em 11/11/14).

Figura 13 - Postal da candidatura de Fortaleza à cidade-sede da Copa 2014



Fonte: http://esporte.uol.com.br/album/fortaleza_album.htm#fotoNav=4. Acesso em 01/06/2014.

No entanto, é possível observar pontos controversos que são apresentados no projeto citado, tendo em vista a questão do turismo. Em primeiro lugar, de fato, a localização de Fortaleza é estratégica para visitantes oriundos dos continentes europeu, africano, norte e centro americano, porém, são poucas as opções de deslocamento aéreo direto partindo ou chegando da capital cearense. Atualmente os voos internacionais disponíveis são: 1) para a Europa, depois de uma expansão recente, rotas diretas para Lisboa, Milão e Frankfurt; 2) para América do Norte, somente Fortaleza-Miami; 3) para a África, o voo para a Cidade da Praia - Cabo Verde, uma ilha distante 500km do continente africano; e 4) para a América do Sul, voos para Buenos Aires e

Bogotá, com previsão de expansão de uma rota para a Caiena, na Guiana Francesa no ano de 2016⁵⁵.

O convite tendo por base a facilidade de acesso a Fortaleza é complementado por uma exaltação à oferta de opções turísticas do Ceará e à hospitalidade local. No entanto, o que marca a maior parte da divulgação do turismo cearense é, sobretudo, aquele voltado para o litoral e o seu binômio sol e mar como foco das atrações locais, o que, por sua vez, também é o tipo de turismo que apresenta poucos diferenciais em relação a outros destinos com o mesmo apelo no Nordeste (Natal, Recife, Salvador etc.).

Já do ponto de vista de uma hospitalidade peculiar do cearense vale aqui uma reflexão sobre o conceito. Para Camargo (2015) a utilização da ideia de hospitalidade como diferencial turístico advém da subversão do modelo de urbanidade que adota padrões internacionais de tratamento do turista e que o enquadra na "inóspita" e fria posição de mero consumidor de produtos turísticos. Trata-se da prática, como afirma Augé (1994), da conversão de "não-lugares", e suas padronizadas e nada humanas relações interpessoais, em "lugares", os quais despertam nos indivíduos um reconhecimento no espaço de suas características ou perspectivas pessoais.

Neste sentido, a hospitalidade cearense que ultrapassa a impessoalização das relações humanas, segundo os *folders* e outros materiais de divulgação do turismo do Estado, não é atributo somente de estabelecimentos comerciais, mas sim, do povo. Esta perspectiva se coaduna, segundo Camargo (2015), com a visão do brasileiro e do latino-americano, em geral, preferir o contato físico, a busca forçada de intimidade, os prenomes ao invés dos nomes, o gosto por apelidos, o riso fácil etc. Isto se diferencia dos comportamentos típicos do padrão de urbanidade existente em regiões como a Europa, Ásia e a América Anglo-saxônica. Esta diferença quanto ao padrão de urbanidade é assim comentado por Camargo (2015, p.65):

Existe é verdade, uma população urbana mais afeita à urbanidade, seja porque de estirpe urbana de longa data, seja pelo *habitus* (BOURDIEU, 1996) formado ao longo da vida, mas ainda somos cordiais, no sentido que um dos nossos maiores sociólogos da cultura, Sérgio Buarque de Holanda

⁵⁵ Informação disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2016/06/fortaleza-passa-operar-voo-para-direto-guiana-francesa-em-agosto.html>. Acesso em 15/09/16.

(1989), atribuiu ao caráter cultural do brasileiro: alegria e violência, sentimentos sempre à flor da pele.

No caso cearense em particular, além do fato da ocupação do Estado ter sido uma das mais tardias no País, a urbanização se deu de forma abrupta, intensificando-se a partir dos anos 1950, como se viu anteriormente. Neste processo, é notória, ao longo da história cearense, a ânsia por parte do poder público quanto à adaptação aos moldes globais de urbanidade.

Neste sentido é possível compreender o porquê da reiterada afirmação da hospitalidade local como diferencial turístico pelo Estado, assim como o pano de fundo do lema de Fortaleza para a Copa 2014 - a "Cidade-sede da Alegria", cuja imagem se irá discutir no próximo capítulo. Ocorre que a não conformação com os padrões globais de urbanidade acabam por subverter esta relação mais "impessoalizada" com o visitante e isto torna-se algo valorizado pelo turista.

Outro aspecto que se destaca na candidatura cearense é a questão da responsabilidade ambiental. Aqui o que se observa é que, dentro das iniciativas previstas para Copa 2014 como de responsabilidade ambiental, a principal delas, a despoluição do Rio Cocó, mesmo com todo o período de preparação, ainda encontra-se em curso, atingindo sua terceira fase, com previsão de conclusão no final de 2016⁵⁶, mais de dois anos após o Mundial. A única medida ecológica divulgada e concluída até o momento foi a reutilização de material de entulho durante a reforma do Castelão e a demarcação do Parque do Cocó, passo inicial para a regularização fundiária na área.

A despeito de todas estas questões relativas à candidatura cearense, Fortaleza havia sido confirmada como uma das sedes da Copa de 2014 com o anúncio oficial da FIFA em 31 de maio de 2009. No seu processo de preparação obteve destaque na organização das ações e execução do projeto técnico, tendo inclusive obtido elogios da FIFA⁵⁷ pelo fato de ter cumprido

⁵⁶ Disponível em:

<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/08/10/noticiafortaleza,3645787/projeto-de-despoluicao-do-rio-coco-esta-na-terceira-fase.shtml>. Acesso em 17/09/16.

⁵⁷ Disponível em: <http://www.secopa.ce.gov.br/index.php/sala-imprensa/44253-comitiva-da-fifa-elogia-preparativos-do-fan-fest-em-fortaleza>. Acesso em 21/05/14; <http://tribunadoceara.uol.com.br/esportes/castelao/presidente-da-fifa-elogia-a-conclusao-do-castelao/>. Acesso em 21/05/14. <http://rio-negocios.com/en/fifa-elogia-obras-de-fortaleza-para-a-copa/>. Acesso em 21/05/14.

rigorosamente os prazos de conclusão do estádio local para o Mundial, inclusive antecipando para dezembro de 2012 a entrega da Arena Castelão, inicialmente definida para abril de 2013.

O rápido curso das obras do Castelão foi um dos aspectos que influenciou a FIFA a escolher em 2011⁵⁸ a cidade para receber também a Copa das Confederações, sediando nesta competição três jogos: dois da primeira fase (Brasil x México - dia 19/06/13, Nigéria x Espanha - dia 23/06/13) e um da semifinal da competição (Espanha x Itália - dia 27/06/13), este último jogo reunindo os dois últimos campeões mundiais, elevando ainda mais o prestígio da candidatura cearense. No contexto da Copa do Mundo, Fortaleza abrigou seis jogos: quatro da primeira fase (Uruguai x Costa Rica - dia 14/06, Brasil x México - dia 17/06, Alemanha x Gana - dia 21/06 e Grécia x Costa do Marfim - dia 24/06), além de um jogo das oitavas de finais (Holanda x México - 29/06) e uma partida das quartas de finais (Brasil x Colômbia - dia 04/07). Na visão do Secretário da Copa:

[...] antes mesmo da Copa das Confederações e da Copa do Mundo, nós recebemos aqui vários jornalistas do mundo [...]. Despertou o interesse de conhecer e saber que cidade é essa, porque nós vimos que ela tem um papel importante porque recebeu nove importantes jogos e isso nos causou espanto. (Ferrúcio Feitosa, entrevista em 11/11/14).

Posteriormente à aprovação da candidatura cearense foram idealizados alguns materiais promocionais da condição de Fortaleza como sede da Copa das Confederações e do Mundo. Entre estes estão impressos e vídeos promocionais que, de forma geral, expressam bem o que é a tônica da imagem buscada na condição de Fortaleza como cidade-sede: de um lado, a exaltação do turismo com seus atrativos típicos como artesanato, praia e a alegria (em referência ao humor como produto turístico tradicional do estado e a difundida hospitalidade cearense); e de outro, a conquista de ícones da modernidade, como metrô, autoestradas, Centro de Feiras, Eventos e de Negócios e Acquário Ceará. Os dois últimos, apesar de não comporem a Matriz de Responsabilidades do Estado para a Copa, somam-se como atrativo de

⁵⁸Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebol/brasil2014/noticias/0,,O15425702-EI10545,00-Operarios+comemoram+escolha+de+Fortaleza+para+a+Copa+das+Confederacoes.html>. Acesso em 17/09/16.

turistas durante o Mundial (figuras 14, 15, 16, 17 e 18). Note-se a forma como é apresentada Fortaleza no folder do governo do Estado e da prefeitura, lançado neste contexto:

Em Fortaleza, o clima é de alegria o tempo todo. Fortaleza é a capital do Estado do Ceará e está localizada no Nordeste do Brasil. A temperatura é sempre amena, com média anual de 27°C. Apresenta um bom padrão de infraestrutura urbana, com uma ampla rede hoteleira e grande variedade de bares e restaurantes. A posição geográfica privilegiada facilita as conexões com Europa, América do Norte, África e os demais países da América do Sul. Escolhida como subsede da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014TM, a cidade se prepara para o evento em ritmo acelerado. O Governo do Estado do Ceará, em parceria com o Governo Federal e a Prefeitura Municipal, vem garantindo a execução de todas as obras estruturais necessárias para a realização dos jogos. (CEARÁ, 2014)

Esta visão da Copa como vetor do turismo no Estado é avaliada desta forma pelo Secretário da Copa:

O Ceará ainda era, na verdade, muito pouco conhecido, principalmente internacionalmente. Não só no Brasil, muitos brasileiros ainda não conhecem o Ceará, as nossas belezas, a hospitalidade do povo cearense, a nossa gastronomia. E aí, a gente apostou nisso, exatamente pra dar um impulso no turismo nacional e, principalmente, no internacional, pra dar um novo horizonte para o Estado do Ceará (Ferrúcio Feitosa, entrevista em 11/11/14).

No que tange ao folder institucional destinado a opções de hotéis aos turistas no Estado, é interessante perceber que o foco é, de fato, o turismo de alto padrão. As imagens de hotéis à beira mar e seleção de opções de hospedagem parecem visar um turismo mais familiar, uma vez que neste panfleto e em vídeos institucionais muitas das imagens remetem a opções para crianças e casais (FIGURA 19), em detrimento ao turismo de solteiros.

Este *folder* se coaduna com o vídeo intitulado *Fortaleza Capital da Alegria*, lançado no *youtube* em 19/06/12 - Figura 20, ao fim da gestão de Luizianne Lins na prefeitura de Fortaleza. Neste, ao som do baião, ritmo típico do nordeste brasileiro, é apresentada a cidade e seus atrativos turísticos como os 300 dias de sol por ano, os 34 km de praia, a gastronomia, o *Beach Park* (situado no município vizinho de Aquiraz e maior parque aquático da América

Latina), espaços culturais e históricos, artesanato. O enfoque da divulgação destes atrativos também é o turismo familiar. Trata-se, mais uma vez, do receio do tipo de turista identificado com a prática recorrente no estado do turismo sexual, tema que, na Câmara de Vereadores da Capital, transformou-se inclusive em objeto da Comissão Parlamentar de Inquérito em 2013.

Este conjunto de imagens que remetem a ícones modernos da cidade a par das oportunidades de incremento turístico, com a Copa, foram vistos também em outros vídeos institucionais promocionais feitos pelo poder público e pela própria FIFA. No vídeo de responsabilidade do Governo do Estado intitulado *Um dia de jogo*, apresenta-se a maquete eletrônica da nova Arena Castelão em uma partida da Copa 2014. Publicado em julho de 2011, o vídeo apresenta em 4 minutos e 19 segundos (FIGURA 21), também ao som do baião, a visão de um ambiente limpo e livre de ambulantes, o que não era típico de jogos no Castelão até então, e uma entrada dos espectadores com suas famílias de forma calma e organizada, tendo um trânsito fluido no entorno. No vídeo destaca-se a figura de antenas e de caminhões de transmissão da imagem do Ceará para o mundo, a partir da monumentalidade que adquiriu o Castelão. Ao cair da tarde, no belo crepúsculo de Fortaleza, o coro da torcida é ouvido em meio ao acender das luzes do estádio. Destaca-se o passeio pelos camarotes e cadeiras que agora substituem as antigas arquibancadas de cimento e gerais. Ao começar o jogo, a imagem de um gol da seleção brasileira é alvo de transmissões televisivas em várias línguas, denotando daí que o Castelão é um palco para o mundo e o Ceará passa a dialogar neste cenário global dos grandes eventos.

Outro vídeo analisado é a vinheta de cerca de um minuto e meio produzida pela própria FIFA a respeito das sedes da Copa, sem narração, contendo como áudio a trilha sonora padrão do evento e que é transmitido nas aberturas das transmissões oficiais das partidas para todo o mundo (FIGURA 22). No caso de Fortaleza, mais uma vez o destaque é para as imagens do litoral da capital cearense, apresentando a articulação com cenas de áreas verdes, pescadores, esportes de praia e mar e passeios de buggy em falésias, estas típicas de regiões como Morro Branco ou Canoa Quebrada (nos municípios de Beberibe e Aracati, respectivamente). Além disto, são ressaltadas imagens da diversão noturna que remetem em especial para o

forró, para o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura e Teatro José de Alencar, articuladas com imagens da gastronomia, do artesanato e do folclore local. Para além destas cenas ligadas ao entretenimento, insere-se a referência aos prédios em conjugação com o mar e à energia eólica na figura dos geradores de energia, como símbolos da sintonia entre modernidade e meio ambiente. Coloca-se, portanto, a referência de uma cidade que tem o turismo e o entretenimento como uma marca principal numa discreta relação do moderno e urbano ambientalmente sustentável.

Figura 14 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede da alegria



Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em 11/03/14

Figura 15 - Trecho do folder de Fortaleza como cidade sede sobre o VLT Parangaba-Mucuripe



Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em 11/03/14

Figura 16 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência às obras de mobilidade



Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em 11/03/14

Figura 17 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência ao Acquario Ceará como opção turística



Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em 11/03/14

Figura 18 - Trecho do folder institucional de Fortaleza como cidade sede em referência ao Centro de Eventos do Ceará como opção para o turismo de negócios



CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ
 Capacidade: 30 mil pessoas.
 Área construída: 152.694 m².
 Estacionamento: 3.200 vagas.
 Helponto.
 2 pavilhões.
 Praça de Convivência, com mais de 5.000 m² de área.

CEARÁ CONVENTION CENTER
 Capacity: 30 thousand people.
 Floor space: 152,694 m².
 Parking: 3,200 parking stalls.
 Helpad.
 2 pavilions.
 Meeting space with more than 5,000 m² of floor space.

Centro de Eventos do Ceará, um empreendimento moderno e inovador.

Em estágio avançado de obras, o Centro de Eventos do Ceará será o segundo maior da América Latina, com capacidade para realizar até 18 eventos simultâneos e abrigar até 30 mil pessoas por evento. O projeto arquitetônico foi inspirado na paisagem e no artesanato da região. A expectativa é que o equipamento funcione como ponto de apoio para a imprensa internacional durante a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™.

Ceará Convention Center, a modern and innovative development. With its construction ahead of schedule, the Ceará Convention Center will be the second largest in Latin America, with capacity to host 18 simultaneous events and 30 thousand delegates. The architectural design was inspired by the local landscape and handicrafts. The new space is expected to serve as a support center for the international press during the 2014 FIFA World Cup Brazil™.

Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em 11/03/14

Figura 19 - Trecho do folder institucional da SECOPA sobre as opções de hotéis em Fortaleza



Cartões aceitos/
 Credit Cards Accepted:
 American Express,
 Dinners,
 Visa,
 MasterCard

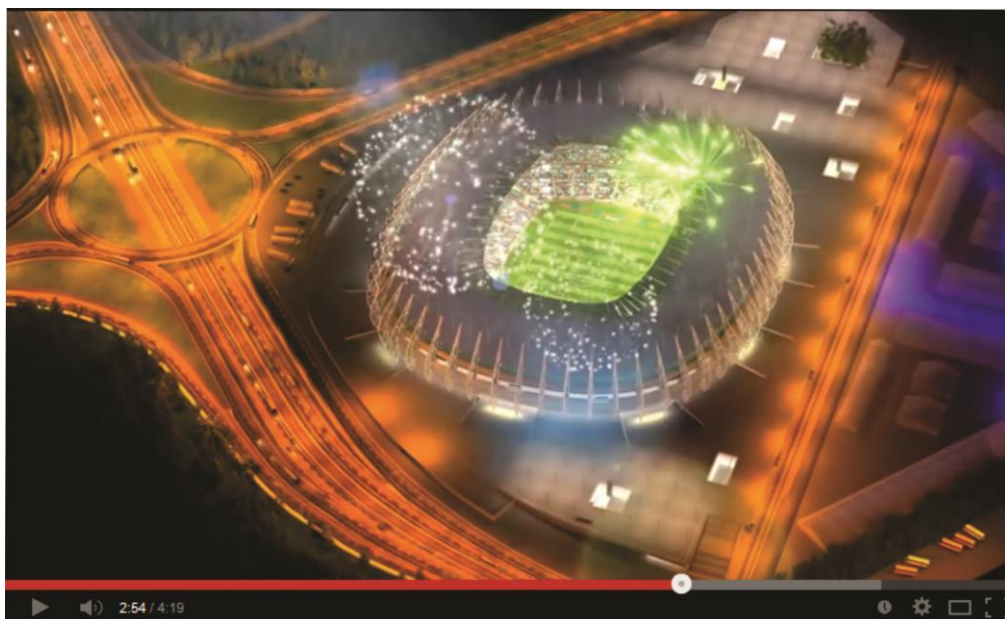
Informações Gerais/
 Address & Contact Info:
 Rua Porto das Dunas, 2734
 Aquinã/CE - CEP 61700-000
 +55 85 4012-3079
 murlo@beachpark.com.br

Vias de acesso/Access Roads:
 Av. Oceano Atlântico e/and Rua Porto das Dunas

Fonte: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=393%3Afolder-hotis>. Acesso em 11/03/14

Figura 20 - Imagem do vídeo *Fortaleza Capital da Alegria* - PMF (2012)

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=wl96185iBbc>. Acesso em 03/06/14

Figura 21 - Maquete eletrônica do Castelão no vídeo *Um dia de jogo*

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=E9jhiAOXwKo>. Acesso em 03/06/14

Figura 22 - Referência ao litoral de Fortaleza no vídeo *World Cup Host City: Fortaleza* (2014)



Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hlz_3dm3tPM. Acesso em 09/05/16.

Dentro desta busca pela transformação da capital cearense em palco global de eventos esportivos, com potencial de aliar a imagem da cidade aos ícones da modernidade, foi prevista para Fortaleza uma série de ações direta ou indiretamente ligadas ao contexto da Copa na Cidade, como foi mencionado. Além do estádio em si, áreas estratégicas como mobilidade urbana, porto e aeroporto, desenvolvimento turístico, hospedagem, telecomunicações, ações de segurança e de meio ambiente integraram todo o rol de legados que o evento catalisaria na capital cearense (ver Quadro 4). No entanto, das nove ações centrais previstas na Matriz de Responsabilidade de Fortaleza para a Copa, apenas a reforma do Castelão foi concluída antes do início do Mundial.

Quadro 4 – Intervenções urbanas contidas na matriz de responsabilidades para a Copa de 2014 em Fortaleza

Tema	Projeto	Data início da Obra	Data prevista de Término da Obra	Investimento Total (milhões R\$) - pago	Responsável	Estágio atual	Data atualização*
Estádio	Reforma do Estádio Governador Plácido Castelo (Castelão)	Dez/10	Dez/12	495,23	Governo Estadual	Concluído	16/12/2012
Mobilidade Urbana	VLT Parangaba / Mucuripe	mar/12	Dez/15	85,12	Governo Estadual	60%*	27/09/16
Mobilidade Urbana	Eixo Via Expressa / Raul Barbosa	Jan/12	abr/16	0,69	Governo Municipal	66%	29/09/16**
Mobilidade Urbana	BRT Avenida Dedé Brasil	fev/12	abr/16	1,8	Governo Municipal	9%	27/09/16
Mobilidade Urbana	Estações Padre Cícero e Juscelino Kubitschek do METROFOR	Jun/12	set/15	11,7	Governo Estadual	53%	27/09/16
Mobilidade Urbana	BRT Avenida Paulino Rocha/Rotatória Castelão	Jan/12	nov/15	39,7	Governo Municipal	72%	27/09/16
Mobilidade Urbana	BRT Avenida Alberto Craveiro	Jan/12	nov/15	20,7	Governo Municipal	75%	27/09/16
Aeroporto	Aeroporto Internacional Pinto Martins - TPS e Sistema Viário	Jun/11	indefinido	171,11 (previsto)	Governo Federal (Infraero)	16%	27/09/16
Porto	Terminal Marítimo Fortaleza (Mucuripe)	jun/11	Mai/14	184,42	Governo Federal (SEP)	100%	11/2014***
TOTAL				1010,47			

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal (2016)

* Disponível em: <http://www.metrofor.ce.gov.br/index.php/noticias/44108-vlt-parangaba-mucuripe-entra-em-operacao-experimental-do-montese-a-borges-de-melo>. Acesso em 29/09/16

** Previsão de conclusão para outubro de 2016. Informação disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/09/05/noticiafortaleza,3656818/segundo-viaduto-da-raul-barbosa-tem-transito-liberado.shtml>. Acesso em 29/09/16.

*** Em novembro de 2014 a obra foi entregue totalmente. No entanto a operação do Terminal em com a obra terminada só se deu a partir de janeiro de 2015. Informação disponível em: https://www.alcoa.com/brazil/aluminioecia/pt/downloads/obra_em_destaque/lancamento_obra_TERMINAL_MARITIMO.pdf. Acesso em 29/09/16.

À primeira vista, salta aos olhos o volume de recursos mobilizados em torno do evento em Fortaleza, que só em intervenções da matriz de responsabilidades assinada entre os diferentes níveis de governo e a FIFA somou um total de cerca de R\$ 1 bilhão. Porém, apesar dos elogios recebidos pela candidatura cearense da Federação Mundial de Futebol, nota-se que, à exceção do Castelão e do Terminal Marítimo de Passageiros (concluído em sua

totalidade em 2015), o que foi colocado como legado do Mundial, mesmo após dois anos da Copa, ainda não foi concluído, mesmo tendo havido na cidade um prazo de 5 anos para a preparação dos jogos.

Há a falta de agilidade do poder público, que mesmo pressionado pelos chefes dos executivos municipal, estadual e federal interessados em propagar a sua figura, não conseguem vencer a lentidão da burocracia estatal. Neste sentido, vale buscar compreender o significado dos elogios da FIFA à candidatura cearense, uma vez que as obras de mobilidade ficaram com a sua conclusão para *posteriori*, ressaltando-se que o alargamento da Av. Alberto Craveiro e construção do túnel sob a antiga rotatória do Castelão, se configuravam como parte da implantação do BRT naquela região, cujo funcionamento não se dá até o momento. Dentre o conjunto de intervenções propostas, a única concluída antes do prazo foi Arena Castelão, o que se tornou paradigma a ser seguido por outras sedes, uma vez que a tônica em cidades-sede da Copa foi a execução em prazos cada vez mais estreitos⁵⁹. A importância do cumprimento do cronograma estabelecido quanto à construção dos estádios é assim retratada pelo Secretário da Copa:

Então, a preocupação foi na Copa no Brasil, foi antes da Copa do Brasil, e será agora, para a próxima Copa, e sempre será a preocupação maior da FIFA, com os equipamentos que vão sediar os jogos. As demais coisas agregam, mas não são definitivas (Secretário da Copa, em entrevista direta em 11/11/14).

Pode-se inferir do depoimento acima que as outras obras da Matriz de Responsabilidades de Fortaleza eram secundárias e o foco principal era, de fato, o estádio - palco do espetáculo que rendeu milhões para a entidade. Este processo exemplifica-se no caso da Arena Castelão, pois esta situa-se ao lado de um bairro de mesmo nome que sofre com falta d'água e de saneamento básico⁶⁰ (FIGURA 23), demonstrando um claro descompasso entre as necessidades da população local e os investimentos públicos em infraestrutura e mobilidade ocasionados pelo Mundial.

⁵⁹ Ver no Quadro 4 os casos de Manaus e Cuiabá que entregaram seus estádios em março e maio de 2014 respectivamente, ou seja, em datas muito próximas ao mundial que se realizou em junho do mesmo ano.

⁶⁰ Ver <http://globo.com/tv-verdes-mares/bom-dia-ceara/v/moradores-do-entorno-do-castelao-reclamam-de-falta-dagua-e-saneamento-basico/2629564/>. Acesso em 22/05/14

As intervenções previstas no escopo da Matriz de resultados para o Mundial não cumpriram os preceitos participativos estabelecido no Estatuto das Cidades (Lei Federal 10.257/01), como se verá no capítulo quarto. Um processo participativo fazia-se necessário, por exemplo, no direcionamento de obras como o alargamento da Alberto Craveiro, do Eixo Raul Barbosa - Via Expressa e o VLT Parangaba/Mucuripe. No caso dos dois últimos se previu, sem um processo articulado com a população da Cidade, a retirada de moradores de áreas consideradas como ZEIS (Zonas Especiais de Interesse Social), como é o Lagamar. Neste caso, a diminuição do número de famílias atingidas só se deu por conta da forte mobilização e organização da comunidade local.

Figura 23 - Ruas próximas ao Castelão com esgoto e lixo a céu aberto



Fonte: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=515956608526495&set=a.454404544681702.1073741827.100003364804051&type=1&theater>. Acesso em 22/05/14

Pequeno (2015) destaca que os projetos de mobilidade e infraestruturas propostos com o Mundial estão concentrados nas regiões leste e sudeste da Cidade, já contempladas, se comparadas com áreas mais periféricas de Fortaleza, contribuindo assim, para o fortalecimento do processo de segregação social na Capital, dado, principalmente, pela valorização do espaço urbano nestas regiões já valorizadas e a expulsão da população local através do processo de gentrificação.

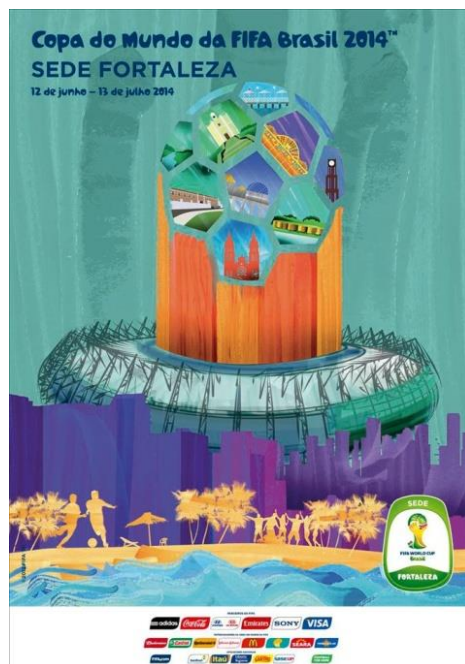
A partir das análises empreendidas, foi possível reconhecer diversas dinâmicas socioespaciais diretamente associadas às intervenções realizadas na cidade motivadas pela Copa de 2014, constituindo-se em elementos para uma agenda de pesquisa. No que se refere ao papel dessas intervenções na estruturação da cidade constata-se a concentração das intervenções em determinados setores da cidade ampliando as condições de segregação, como também se observa a abertura de novas frentes de expansão do setor imobiliário vinculadas às intervenções, evidenciando-se a apropriação dos benefícios trazidos com as obras por proprietários de terra e investidores do setor imobiliário (PEQUENO, 2015, p. 52-53).

A relevância do papel do estádio em si para o evento é traduzida, em outra perspectiva, pelo *Poster* oficial de Fortaleza como cidade-sede da Copa (FIGURA 24). Em breve análise pode-se perceber na figura o destaque que a representação da Arena Castelão toma em uma cidade obscurecida frente à imponência do estádio.

O cenário de fundo que se coloca no *Poster* é a referência ao turismo litorâneo, seja através da praia em primeiro plano, seja através das imagens de pontos turísticos de Fortaleza (Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, Teatro José de Alencar, Ponte Metálica, Farol do Mucuripe, Catedral Metropolitana, Coluna da Hora da Praça do Ferreira, Forte da 10^a Região Militar), visualizados em gomos de uma bola.

Coloca-se daí o Castelão como elemento central da imagem que a candidatura de Fortaleza busca construir no contexto da Copa, o que seria natural num mundial de futebol, se não se desse em detrimento de obras que são colocado como os legados do Mundial para a Cidade, como as de mobilidade urbana e de infraestrutura pactuadas para o evento, apesar destas não terem sido objeto de discussão com a população de Fortaleza. Aqui, vale tentar entender mais a fundo o que representa o estádio para a capital cearense e o que este significa nesse processo de construção da imagem da Cidade para o Mundial.

Figura 24 - Poster oficial de Fortaleza como sede da Copa 2014



Fonte: disponível em <http://www.google.com.br>. Acesso em 10/12/12

2.5. A Arena Castelão como palco de disputas

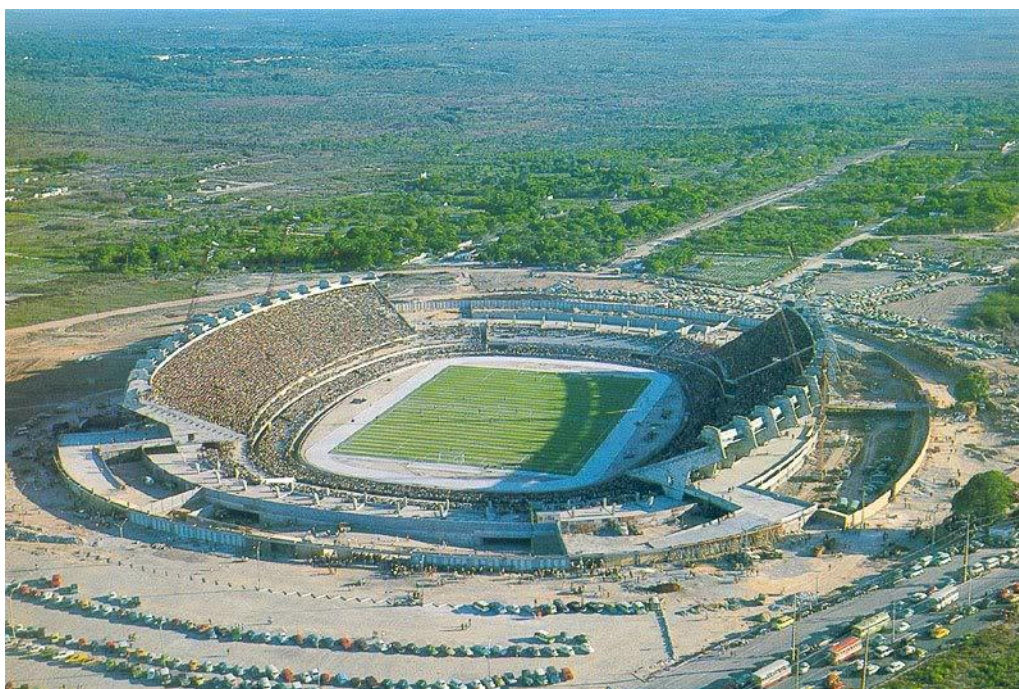
O principal palco da Copa de 2014 e o ponto de convergência dos projetos de mobilidade urbana, segurança e infraestrutura voltados para o mundial em Fortaleza é o Estádio Governador Plácido Castelo, mais conhecido como Castelão. É o maior e mais moderno estádio do estado do Ceará e o quarto maior da Copa no Brasil. Sua capacidade, que já chegou a 120 mil pessoas até antes da reforma iniciada em 13 de dezembro de 2010, é hoje, após as intervenções para o Mundial, de 67.037 assentos.

O governador Plácido Aderaldo Castelo teve a primeira ideia de construir o estádio olímpico de Fortaleza no bairro do Alagadiço, na zona oeste de Fortaleza, em meados da década de 1960. Altos custos para fazer as desapropriações inviabilizaram a ideia inicial. Outras áreas da cidade foram estudadas, mas foi escolhido o Itaperi, bairro que compreendia a região à época e situado mais a sudeste da capital. O estádio foi erguido em uma área de 25 hectares que pertencia à Santa Casa de Misericórdia de Fortaleza, comprada por Cr\$ 450.000,00. Segundo o Governo do Estado, as obras foram iniciadas em 1969 e gerenciadas pela FADEC (Federação de Assistência Desportiva do Estado do Ceará), órgão criado em 1968 para este fim, tendo o

engenheiro Hugo Alcântara Mota como o responsável pelo cálculo estrutural⁶¹ e José Liberal de Castro, Gerhard Ernst Borman, Reginaldo Mendes Rangel e Marcílio Dias de Luna, como os quatro arquitetos que assinaram o projeto original.

O Castelão já foi palco de grandes eventos esportivos e culturais, como jogos da Seleção Brasileira de Futebol (sendo o último antes da Copa 2014 realizado em 2002 no retorno da seleção ao país após a vitória no pentacampeonato) e a recepção ao Papa João Paulo II, em 1980, em sua passagem por Fortaleza, além de shows musicais. O estádio foi oficialmente inaugurado em 11 de novembro de 1973, pelo então Governador César Cals de Oliveira Filho, sucessor de Plácido Aderaldo Castelo e o público assistiu à partida inaugural entre Ceará e Fortaleza, o "clássico-rei" do futebol cearense (FIGURA 25).

Figura 25 - Postal de inauguração do Castelão em 1973 na realização do jogo entre Ceará e Fortaleza



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=765420>. Acesso em 23/05/14

O estádio passou por algumas outras readequações, entre as quais destacam-se a conclusão do anel de arquibancadas nos anos 1970 (FIGURA 26) e a instalação e pintura de coberturas nos anos 2000 (FIGURAS 27 e 28),

⁶¹ Informações retiradas do endereço <http://www.arenacastelao.com/site/o-castelao/historia-do-castelao>. Acessado em 10/10/12.

sendo estas as intervenções que a construção sofrera até antes da reforma para a Copa 2014. De forma geral, percebe-se nestas imagens uma praça de esportes onde os espectadores sentavam-se em arquibancadas de concreto e ficavam até os anos 2000, em grande parte, expostos ao sol forte cearense.

Figura 26 - Foto aérea do Castelão nos anos 1990 com o *lay out* construído do final dos anos 1970



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=765420>. Acesso em 23/05/14

Figura 27 - Cobertura e pintura das arquibancadas do Castelão feitas nos anos 2000



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=765420>. Acesso em 23/05/14

Figura 28 - Cobertura do Castelão pintada de verde em 2009 durante os preparativos para o anúncio de Fortaleza como sede da Copa 2014



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=765420>. Acesso em 23/05/14

A partir da reforma planejada a convite do Governo do Estado, o escritório Viglieca & Associados, através dos arquitetos Hector Vigliecca, Luciene Quel, Ronald Fiedler, Neli Shimizu e Paulo Eduardo da Serra, o Castelão recebeu do governo estadual investimentos para a Copa das Confederações e Copa de 2014 no valor previsto de R\$ 518 mi, em regime de Parceria Público Privada com a vencedora da licitação para a execução da reforma e gestão do estádio, a empresa Galvão Engenharia.

Desta forma, foram executados pelo Governo inicialmente R\$ 495 mi, sendo o restante do valor pagos em parcela de cerca de R\$ 400 mil reais ao longo de quatro anos da gestão do estádio. Este valor pago mensalmente, por sua vez, permitia ser retirado da renda de jogos e eventos realizados no estádio⁶². Vale ressaltar que no início de 2014, a administração do Castelão saiu do controle direto da Galvão Engenharia para inserir a empresa Luarenas,

⁶² Informação disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/colunas/verticalsa/2014/02/15/noticiasverticalsa,3207188/2014-1602ec2617-secretario.shtml>. Acesso em 06/05/16.

uma *joint venture*⁶³ francesa que reuniu uma empresa parceira da Galvão Engenharia, a BWA, para a gestão do Castelão.

Entre algumas das modificações propostas na reforma está a adaptação do estádio ao modelo de arena, que implica em uma maior proximidade entre o público e o campo/palco. Para tanto, houve o rebaixamento do gramado em 4 metros e a diminuição da distância deste para o espectador, que caiu de 40 para 10 metros, além da construção de um estacionamento para 1.997 automóveis. A capacidade total da praça esportiva diminuiu para 67 mil pessoas e a ideia inicial era tornar o estádio sustentável com a adoção da energia eólica como fonte única de abastecimento de eletricidade - o que até o momento não ocorreu - e ter o cimento e material demolido reaproveitado na obra, sendo esta ação, de fato, executada no processo de reforma do estádio (Ver Figuras 29 e 30), o que rendeu ao projeto a certificação internacional LEED⁶⁴ de prática ambientalmente sustentável.

Figura 29 - Fachada da Arena Castelão após a reforma



Fonte: Disponível em: <http://www.arenacastelao.com>. Acessado em 10/10/12.

⁶³ Expressão de origem inglesa, que significa a união de duas ou mais empresas já existentes com o objetivo de iniciar ou realizar uma atividade econômica comum, por um determinado período de tempo e visando, dentre outras motivações, o lucro.

⁶⁴ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) é um sistema internacional de certificação e orientação ambiental para edificações, utilizado em 143 países, e possui o intuito de incentivar a transformação dos projetos, obra e operação das edificações, sempre com foco na sustentabilidade de suas atuações. Disponível em: <http://www.gbcbrazil.org.br/sobre-certificado.php>. Acesso em 06/05/16.

Figura 30 - Área interna da Arena Castelão



Fonte: Disponível em: <http://www.arenacastelao.com>. Acessado em 10/10/12.

O estádio está integrado a um complexo que compreende um entorno onde se ergueu a sede da Secretaria Especial da Copa e dos Esportes (Ver FIGURA 31) e estacionamentos (FIGURA 32), e foi pensada em quatro etapas: Etapa 1 - Edifício-sede de dois órgãos do Governo do Estado, Estacionamento Norte e Praça de Acesso Norte; ETAPA 2 – Estacionamento Sul e Praça de Acesso Sul; ETAPA 3 – Edifício Central; ETAPA 4 – Finalização do estádio e integração de todas as fases. O seu interior contempla três restaurantes que funcionam comercialmente para o almoço, um mídia *center*, área de hospitalidade, *lounge*, área VIP e cinema, sendo este o único não utilizado durante os jogos, mas que possui a função de servir à comunidade do entorno com a exibição de filmes a preços populares. Além destes espaços, todos espectadores ficam sentados e com cobertura termoacústica, adaptada ao clima do nordeste brasileiro.

Figura 31 - Sede das secretarias Especial da Copa e dos Esportes do Estado do Ceará

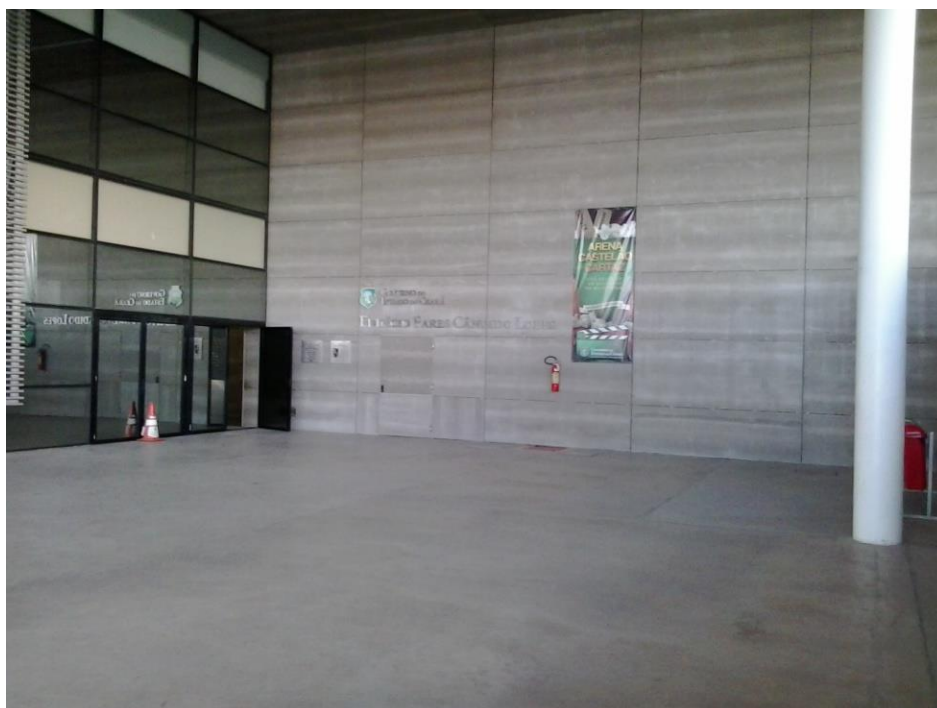


Foto: Leonardo Vasconcelos em dezembro de 2013

Figura 32 - Estacionamento coberto Castelão



Fonte: placar.abril.com.br. Acesso em 31/03/16.

Tais atrativos alavancam o estádio a uma categoria típica das arenas de países desenvolvidos, a exemplo das grandes arenas europeias. A ideia do Governo com a reforma era, principalmente, apresentar o Ceará como capaz de reproduzir o padrão FIFA nesta praça de esporte. Isto se deu mesmo que o

entorno do estádio presente, contraditoriamente, formas de saneamento básico típicos dos países subdesenvolvidos, clandestinos e à céu aberto (ver Figura 20) . Assim, como afirma Baudrillard (1981), acaba-se por gerar uma simulação ou simulacro, a partir de construções com formas arquitetônicas típicas do mundo desenvolvido, mesmo que isto não ocorra na realidade. Desta forma, o Castelão é uma das expressões mais claras desta contradição, uma vez que foi a principal imagem divulgada do Estado na Copa. Tal contraste se apresenta assim na busca pela eficiência e demonstração de capacidade na execução de obras públicas, por um lado, e a inépcia na resolução de problemas estruturais da cidade por outro.

A despeito do caso de esgotos à céu aberto no entorno do Castelão, o Secretário da Copa aponta a eficiência com que a obra foi executada pela administração estadual:

E no final das contas essas pessoas que foram pessimistas [...] tiveram que 'morder a língua', porque ficou pronto antes do tempo, quatro meses antes, ficou melhor do que o projeto, porque ficou bem mais acabado e também bem mais seguro. Foi o primeiro equipamento a conseguir uma certificação ambiental internacional no país. É o primeiro equipamento do país com a acessibilidade absoluta de todos os lugares. Então, um equipamento feito no padrão internacional e você não só acabar uma obra com quatro meses de antecedência, mas sem nenhum acréscimo de nenhum centavo de real. Então, isso terminou depois causando realmente a grande surpresa positiva pra sociedade, pra imprensa, pra FIFA (Ferrúcio Feitosa, entrevista direta 11/11/14).

Neste ponto, vale remeter à análise feita por Paiva (2013) da proposta arquitetônica encampada pelo governo estadual na Arena Castelão. Para o autor, a reforma do estádio traz uma "morte por transfiguração" dos aspectos modernos da construção, dada, principalmente, porque as maiores partes das intervenções realizadas se sobrepuseram a um esqueleto da arquitetura moderna ainda sólido na construção, facilitando, portanto, a sua conclusão. Desta forma, por esta qualidade, a estética pós-moderna pode se impor, paradoxalmente, ao moderno de maneira epidérmica.

A prova de que a alma moderna do estádio e suas qualidades intrínsecas permanecem é que a Arena Castelão foi o primeiro estádio a ser concluído para sediar a Copa de 2014, pois

apresentava condições de permanência que viabilizavam os acréscimos e adaptações com maior agilidade, o que constitui de certa maneira um paradoxo: suas qualidades intrínsecas flexibilizaram a sua descaracterização (PAIVA, 2013, p.11).

Coloca-se daí a perspectiva da sobrevalorização dos aspectos pós-modernos de intervenções urbanas que buscam de forma recorrente uma reestetização do moderno. A estrutura modernista de desenho e concreto intrínseca do estádio, além de servirem de base para o revestimento pós-moderno, agilizando e barateando assim toda a reforma do Castelão corroboraram a estratégia já comum da administração pública cearense, de não preservação de construções que demarcam uma arquitetura do passado na ânsia de se mostrar uma cidade integrada a padrões estéticos globais em seus equipamentos urbanos.

Tal padrão, segundo Paiva (2013), revela-se tão distante da realidade local que, inclusive, soluções comuns para a diminuição da incidência do sol na construção não foram levadas em conta, trazendo para a arquitetura do estádio, por exemplo, uma cobertura de vidro localizada na área VIP voltada para o poente, o que torna a luz solar um problema para aquele espaço. Soma-se a este fato a ausência de rampas de acesso do nível da calçada para a área de entorno da construção, possuindo elevadores somente do estacionamento para este espaço.

A despeito destes "detalhes", a Arena Castelão, como principal ícone do Ceará na Copa, reuniu toda a representação imagética/estética de uma cidade integrada com o mundo desenvolvido, que, a exemplo das arenas futebolísticas europeias, poderia abrigar grandes eventos esportivos. Por isto, como já foi dito, o estádio é elemento central nos panfletos e outros materiais publicitários do Mundial e estratégia maior de valorização da imagem da capital cearense para o turismo global, em especial, a partir dos torcedores que viriam para a Copa.

É notada neste processo uma mudança nos espaços destinados aos torcedores. Quando, no antigo estádio, tinham-se espaços como as gerais, mais acessíveis às classes populares, tem-se hoje, espaços mais enobrecidos e voltados a potencializar o lucro através do culto à imagem do espetáculo, revelado no cuidado com a visibilidade do campo, o controle dos assentos, o

tipo de gramado, de vestiários, de bancos de reserva, de lanchonetes e a comida que estas revendem. A ideia é que, se há a oferta de um produto mais bem elaborado, pode-se cobrar mais por isto, o que acaba selecionando o tipo de público espectador. Isto se perceberá mais adiante na descrição da pesquisa de campo realizada nos preços e comportamentos de torcedores, seguranças e vendedores.

Para além do discurso oficial, vale compreender como esta representação do Ceará foi tecida por outros agentes atuantes no contexto da Copa. Como vimos, o discurso oficial se constrói na busca por uma leitura local do moderno e contemporâneo, com vistas ao turismo nacional e internacional, na Cidade. Em consonância com esta visão, inclui-se a mídia e o capital privado, existindo também discursos contra-hegemônicos oriundos dos movimentos sociais.

CAPÍTULO 3 - IMAGENS DE OUTROS AGENTES DA COPA EM FORTALEZA

3.1. Imagens da mídia sobre a Copa em Fortaleza

Na atualidade, o conhecimento do cotidiano é cada vez mais intermediado pelos meios de comunicação. A imagem construída de uma cidade, a partir dos *mídia*, tem, de maneira crescente, importância "no processo de compreensão da realidade, assim como, na circulação, criação e na consolidação dos discursos" (FREITAS *et al*, 2016, p.104). O jornalismo se coloca, desta forma, como um espaço central da luta simbólica (BOURDIEU, 2004) existente na consolidação de uma imagem pública.

Em um megaevento como uma Copa do Mundo e, especialmente, no contexto de uma cidade como Fortaleza que, pela primeira vez sedia uma ocasião do gênero, a imagem a partir da mídia toma relevância ainda maior, pois, pelo ineditismo da ação, atua como agente estratégico na consolidação dos discursos construídos para o Mundial. Exemplo disto são os espaços e privilégios reservados a jornalistas nos jogos e eventos preparatórios à competição, acontecendo casos onde jornalistas são convidados, com todas as despesas pagas, pelos promotores da competição, a editarem matérias a respeito de cidades-sede e suas peculiaridades.

Neste sentido, para entender que tipo de imagem surgiu nos *mídia* no contexto de preparação e realização do Mundial, o presente estudo se valeu de duas estratégias:

1) o levantamento de matérias jornalísticas que abordem exclusivamente aspectos relativos à preparação e realização⁶⁵ do Mundial em Fortaleza, produzidas na mídia local, em especial, a partir do jornal de maior circulação do Estado e o único a ter um *blog* específico para a Copa em suas publicações, o *Diário do Nordeste*⁶⁶. As reportagens compreenderam o período entre os

⁶⁵ Vale ressaltar que não se levou em consideração matérias que dissertavam sobre aspectos técnicos ou do cotidiano do futebol em si, pois o objetivo da análise era entender imagens relativas à cidade de Fortaleza neste processo de preparação.

⁶⁶ Como se afirmou anteriormente, segundo o Sindicato dos Jornalistas do Ceará, o Jornal *Diário do Nordeste* é o de maior circulação no Estado ocupando o 34º lugar em tiragens de exemplares no País, enquanto o Jornal *O Povo*, ocupa a 48ª posição neste quesito no Brasil. Informações disponíveis em: <https://m.facebook.com/notes/sindjorce/di%C3%A1rio-do->

meses de julho de 2011 e maio de 2014, abrangendo assim, os últimos três anos de preparação da cidade para o Mundial (o que envolve a realização da Copa das Confederações em 2013);

2) a discussão do estudo feito por Freitas (2016), que envolveu a análise de conteúdo a respeito de matérias do Diário do Nordeste produzidas entre junho e julho de 2014, ou seja, no período de realização da Copa em Fortaleza.

Ao se analisar as matérias produzidas no referido periódico entre julho de 2011 e maio de 2014, tem-se que foi possível, com a definição de treze categorias de conteúdo, traçar os principais temas das reportagens produzidas, estabelecendo assim, um caminho para se identificar quais imagens estiveram relacionadas com Fortaleza durante o momento de preparação para a Copa. As categorias estão abaixo descritas:

1. *Atuação dos torcedores*

- Reportagens que, em geral, abordavam como os torcedores estavam se portando nos espaços oficiais das competições (estádio, campos de treinamento, FIFA *Fan Fest*);

2. *Imagem negativa do Brasil*

- Matérias que, entre outros aspectos, criticavam aspectos culturais do País como superexposição do corpo feminino, a corrupção e a repressão do poder público às manifestações em outras cidades do País que não Fortaleza;

3. *Imagem negativa de Fortaleza*

- Matérias que, em relação à capital cearense, entre outros aspectos, criticavam: aspectos urbanísticos como limpeza, congestionamentos, buracos no asfalto; a insegurança; as desapropriações de famílias pobres e remoção destas para áreas distantes da suas moradas originárias e a repressão às manifestações;

4. *Imagem positiva do Brasil*

- Reportagens que, em geral, exaltavam a hospitalidade do brasileiro, as festas do País antes e durante às competições e a conclusão com êxito de estádios para o Mundial;

5. *Imagem positiva de Fortaleza*

- Reportagens que, geralmente exaltavam o humor peculiar e a hospitalidade do cearense como um diferencial do Mundial em Fortaleza;

6. *Influências da Copa na economia local*

- Textos jornalísticos que apresentavam perspectivas de crescimento econômico e desenvolvimento da economia local com a realização do Mundial na capital cearense, além de acompanharem como o mercado local estava atuando frente a tal oportunidade;

7. *Influências da Copa no turismo*

- Matérias que apresentavam como o mercado turístico estava atuando tendo em vista o Mundial, de que forma os turistas estavam consumindo os produtos do turismo do Estado e que imagens estes estavam construindo do Estado;

8. *Infraestrutura deficiente de comunicação*

- Reportagens que apresentavam os problemas de comunicação existentes, os quais se deram com maior intensidade durante a realização da Copa das Confederações em 2013;

9. *Andamento das obras de mobilidade urbana (VLT Parangaba/Mucuripe, BRT's da Dedé Brasil, Alberto Craveiro e Paulino Rocha e Estações do Metrofor)*

- Matérias que atualizavam o leitor a respeito do andamento das obras de mobilidade urbana inseridas na Matriz de Responsabilidades da Copa;

10. Andamento das obras da Arena Castelão, do Terminal de passageiros do Aeroporto Pinto Martins e do Terminal Marítimo de Passageiros

- Matérias que atualizavam o leitor a respeito do andamento das obras do estádio Castelão, do Aeroporto Internacional Pinto Martins e do Terminal Marítimo de Passageiros;

11. Organização do evento: ingressos

- Textos jornalísticos que abordavam a dificuldade em se conseguir comprar um ingresso em termos de disponibilidade, preço, assim como discorriam sobre o comércio ilegal de entradas às partidas, feito por cambistas;

12. Organização do evento: treinamento/jogos

- Matérias a respeito dos eventos em si, como os treinamentos e jogos se desenrolaram, bem como análises das partidas, a movimentação de público etc;

13. Segurança

- reportagens que cobriram as manifestações ocorridas em junho de 2013 e a repressão a estas, assim como a apresentação do aparato montado pelo poder público do ponto de vista da segurança, dissertando também a respeito de casos de assaltos e violência urbana nas cidades-sede.

Após coleta de material realizada entre março de 2012 e abril de 2016, estas categorias foram assim identificadas e classificadas a partir da análise de 238 matérias publicadas em cadernos diversos no jornal *Diário do Nordeste* do

ano de 2012. Em 2013, com a criação do *blog Diário na Copa*⁶⁷, espaço específico do periódico para publicações sobre o Mundial, a análise se deu a partir das publicações do referido canal.

O que se coloca é que a maioria das publicações produzidas entre 2011 e 2012 se dava, como apresenta o Quadro 5, a respeito da execução das obras da Copa as quais não estavam relacionadas diretamente com a questão da mobilidade (28 matérias). Estas repercutiam, em geral, preocupações relativas à construção da Arena Castelão, cuja conclusão veio a acontecer em dezembro de 2012 e, até então, era a obra da Copa que se colocava em curso de finalização. Outra obra citada nestas matérias era a reforma do Aeroporto Pinto Martins, cuja conclusão até hoje não se deu.

Interessante notar a publicação neste período de 12 matérias exaltando os aspectos positivos de Fortaleza no contexto do Mundial como a divulgação da imagem do Estado e a produção de reportagens sobre a influência do Mundial para a dinamização do turismo e comércio local. Obtém-se daí um total de 28 matérias em 2012 exaltando os benefícios da competição para a capital cearense, em consonância com o discurso oficial. No entanto, em contraposição, não se observou, de forma significativa neste período, matérias que ressaltavam uma imagem negativa do país ou de Fortaleza (somente 4 matérias).

Já no período entre 2013 e 2014 - Quadro 6, devido provavelmente à proximidade do evento, destaca-se, principalmente, o número de matérias (40 reportagens) sobre a compra ou aquisição de ingressos, seja para a Copa das Confederações em 2013 ou o Mundial de 2014, destacando, de forma recorrente, a grande procura por estes bilhetes, cuja compra foi organizada pela FIFA, tanto por meio de sorteio, como por ordem de solicitação pela internet. Outro tema comum em reportagens desse periódico foi o noticiário informativo/crítico à respeito da execução das obras da Copa, sem relação com as obras de mobilidade urbana (Arena Castelão/Aeroporto/Terminal Marítimo de Passageiros), cujas 22 matérias continuavam a mostrar recorrentemente a preocupação em relação aos curtos prazos para conclusão, em especial, mais

⁶⁷ Disponível em : <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/>. Acesso em 21/04/16.

uma vez, da obra do Aeroporto (responsabilidade do governo federal, através da INFRAERO).

Interessante perceber que os aspectos negativos do Mundial eram destacados, sobretudo, levando em consideração o contexto nacional (20 matérias) e não o local (frisados em somente 10 matérias, ao longo de um ano e meio de reportagens). Entretanto, no tocante aos aspectos positivos de Fortaleza no Mundial, foi observada a produção de 17 matérias, sendo possível inferir uma busca pela desvinculação da cidade dos problemas relativos à organização do Mundial pelo governo federal. A estas matérias somavam-se ainda reportagens sobre aspectos positivos específicos do Mundial para a Capital, ressaltando as influências da Copa para o desenvolvimento turístico e do comércio do Estado (ao todo 14 matérias), o que soma, entre 2013 e maio de 2014, 31 matérias que exaltam aspectos positivos da competição para o Estado.

Quadro 5 - Classificação de matérias sobre a Copa em Fortaleza no Jornal *Diário do Nordeste* entre os meses de julho de 2011 e dezembro de 2012

Tipo da matéria	Quantidade de matérias	%
Andamento das obras da Arena Castelão, do Terminal de passageiros do Aeroporto Pinto Martins e do Terminal Marítimo de Passageiros	28	35,44
Imagem positiva de Fortaleza	12	15,19
Influências da Copa na economia local	9	11,39
Organização do evento: treinamento/jogos	7	8,86
Influências da Copa no turismo	6	7,59
Imagem positiva do Brasil	4	5,06
Imagem negativa do Brasil	4	5,06
Segurança	4	5,06
Organização do evento: ingressos	2	2,53
Andamento das obras de mobilidade urbana (VLT Parangaba/Mucuripe, BRT's da Dedé Brasil, Alberto Craveiro e Paulino Rocha e Estações do Metrofor)	2	2,53
Atuação dos torcedores	1	1,27
Imagem negativa de Fortaleza	0	0,00
Infraestrutura deficiente: comunicação	0	0,00
Total	79	100,00

Fonte: Jornal *Diário do Nordeste* (2011/2012)

Quadro 6 - Classificação de matérias sobre a Copa em Fortaleza no Jornal *Diário do Nordeste* (blog *Diário na Copa*) entre os meses de janeiro de 2013 e maio de 2014

Tipo da matéria	Quantidade de matérias	%
Organização do evento: ingressos	40	25,16
Andamento das obras da Arena Castelão, do Terminal de passageiros do Aeroporto Pinto Martins e do Terminal Marítimo de Passageiros	22	13,84
Imagem negativa do Brasil	20	12,58
Imagem positiva de Fortaleza	17	10,69
Organização do evento: treinamento/jogos	16	10,06
Imagem negativa de Fortaleza	10	6,29
Influências da Copa no turismo	8	5,03
Andamento das obras de mobilidade urbana (VLT Parangaba/Mucuripe, BRT's da Dedé Brasil, Alberto Craveiro e Paulino Rocha e Estações do Metrofor)	7	4,40
Influências da Copa no economia local	6	3,77
Imagem positiva do Brasil	5	3,14
Infraestrutura deficiente: comunicação	4	2,52
Segurança	3	1,89
Atuação dos torcedores	1	0,63
Total	159	100,00

Fonte: Blog *Diário da Copa* do Jornal *Diário do Nordeste* (2013/2014)

Coloca-se daí que, no processo de preparação para o Mundial de 2014, o jornal de maior circulação do estado do Ceará contribuiu, a partir de matérias ocasionais e de seu *blog* diário, para a construção de uma imagem positiva de Fortaleza no Mundial, de forma recorrente, ressaltando aspectos como a influência da competição para a dinamização do comércio e do turismo, ou seja, discurso alinhado com o oficial do governo estadual. As críticas, quando se colocavam, tinham como principal alvo obras de responsabilidade do governo federal, como é o caso do Aeroporto (ainda não concluído, com se afirmou anteriormente). Destaca-se ainda o fato que, mesmo os atrasos dos inconclusos BRT'S, obras de responsabilidade da prefeitura local, os quais estavam previstos para antes do Mundial, não despertaram o interesse do referido jornal, uma vez que, a respeito deste tema, somente 7 matérias foram produzidas

Esta convergência com o discurso oficial, em especial o que coloca Fortaleza como "Cidade-sede da Alegria", é identificada também por Freitas (2016). Utilizando a metodologia de análise de conteúdo de Bardin (1977), a autora identifica, a partir da análise de 38 matérias também do *Diário do*

Nordeste, no período entre os meses de junho e julho de 2014, duas categorias principais para Fortaleza no período da Copa: o conceito de "cidade-produto" e "cidade-real".

Tais categorias expressam a disputa pela cidade, típica dos contextos onde o empreendedorismo urbano se apresenta como uma tônica do poder público e transforma a cidade em empresa ou em mercadoria, procurando, para tanto, despertar um sentimento de consenso com a população local. Por outro lado, a construção da cidade como mercadoria se depara com os efeitos da "cidade real", cujo cotidiano expressa os problemas urbanos e ocorrem reapropriações do espaço mercantilizado. Freitas (2016, p.106) descreve assim estas categorias:

Foi possível identificar uma contradição na construção da Fortaleza cidade-sede, representada na categoria cidade real. Para fazer o contraponto com a construção simbólica da cidade-produto, criada por meio de estratégias de comunicação e marketing pelas administrações públicas, foram estabelecidas as categorias de infraestrutura (que engloba textos com menção aos aspectos mobilidade, segurança, investimentos em infraestrutura turística), vulnerabilidades (menções a violações de direitos e desigualdades sociais) e formas de consumo por parte da periferia (que trata de como a população das regiões periféricas da cidade-sede consome a Copa do Mundo), esta última subdividida em a) busca pela inclusão, quando a periferia buscou estratégias para ser incluída no megaevento e b) modos não oficiais de inclusão, em que moradores da periferia interessaram-se em vivenciar o espetáculo esportivo, porém distanciados das estruturas oficiais.

Em seu texto, estas noções são captadas com a identificação de conceitos recorrentes ou unidades de registro dos textos jornalísticos, os quais remetem a estas duas noções de cidade. Para a noção de cidade-produto e cidade-real foram descritas abaixo (Quadros 7 e 8) as seguintes unidades de registro ou conceitos apresentados nas matérias:

Quadro 7 - Quantidade de textos em que cada elemento está presente - Cidade-produto

Cidade-produto	Consumidores	24
	Alegria	17
	Hospitalidade	14
	Belezas Naturais	8
	TOTAL	63

Fonte: Freitas (2016, p. 106)

Quadro 8 - Quantidade de textos em que cada elemento está presente - Cidade-real

Cidade-real	Infraestrutura	19
	Busca pela inclusão	3
	Modos não-oficiais de consumo	4
	Vulnerabilidades	3
	TOTAL	29

Fonte: Freitas (2016, p. 106)

Verifica-se de forma recorrente, que muito mais expressões ou unidades de registro são identificadas com os aspectos positivos do Mundial para a Cidade do que os pontos negativos da competição. Neste sentido, Freitas (2016) propõe as seguintes hipóteses que sintetizam as imagens produzidas nas respectivas matérias analisadas:

- 1) a cidade-sede da alegria é construída com base no estereótipo do cearense bem-humorado e hospitaleiro e possui o mesmo recorte da Fortaleza voltada para o turismo;
- 2) A cobertura dos problemas sociais e urbanos pré-existentes coexiste com a cobertura festiva, contradizendo o conceito de cidade-sede da alegria;
- 3) Os moradores dos bairros periféricos, fora da rota turística oficialmente promovida, buscam a inserção de seus espaços no megaevento, através dos contrausos, seja com a subversão dada por meio do comércio ambulante não autorizado no entorno do Castelão ou ao largo dos espaços gratuitos da competição como o FIFA *Fan Fest*, por exemplo.

Desta forma, a noção de "Cidade-sede da Alegria", lema oficial da capital no Mundial é reafirmada nas matérias do periódico e demonstra uma convergência dos discursos dominantes da Cidade para a produção de uma imagem pública positiva do Evento. Os problemas sociais e infraestruturais, apesar de citados, mesmo que de forma muito menos recorrente, são apresentados como outra face desta sede da alegria, minimizando-os e inserindo-os como um "estorvo" ao evento. O jornalismo local reforça assim estereótipos "de cearensidade, de um povo alegre e hospitaleiro" (FREITAS, 2016), o que levaria, portanto, a uma desvinculação do evento com os

problemas típicos da cidade, colocando a Copa inclusive como um hiato destes no cotidiano da Capital.

Aqui vale relacionar como este consenso buscado através de uma imagem positiva do evento construída pela mídia local entra em consonância com a busca pela valorização do espaço urbano como mercadoria pelo capital privado, possibilitando o incremento da acumulação capitalista a partir do solo urbano.

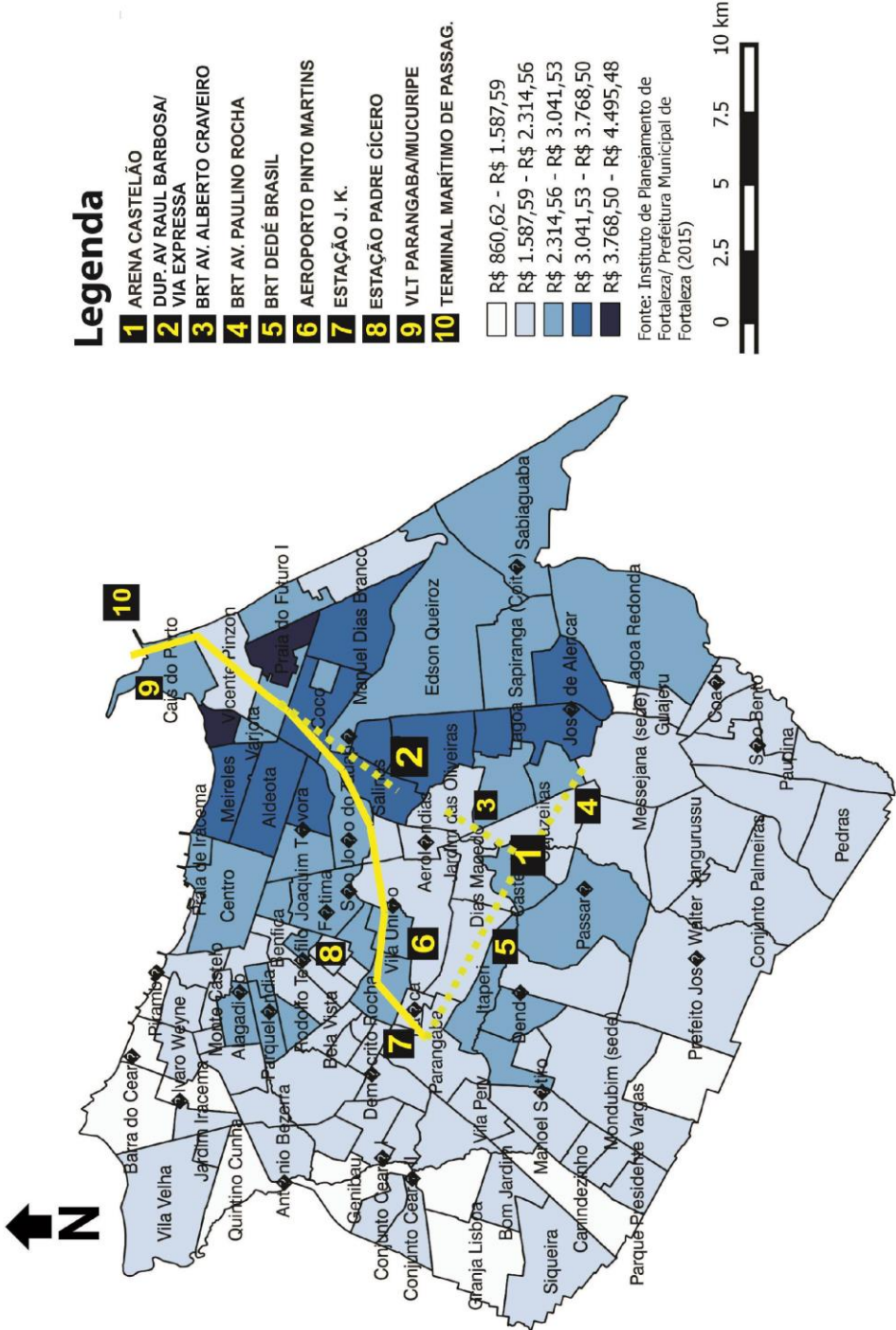
3.2. O capital privado e as imagens da valorização imobiliária

Como se viu anteriormente, as ações públicas voltadas à promoção da imagem de uma cidade contribuem para um maior valor agregado do espaço urbano. Isto se consolidou como tônica das administrações das grandes metrópoles atualmente e, não à toa, por exemplo, as políticas de requalificação de antigos centros e de investimentos públicos em regiões concentradas de uma cidade propiciam a elevação do preço do metro quadrado nestas áreas e um conseqüente processo de enobrecimento do espaço, levando, muitas vezes, à expulsão de comunidades mais pobres. Desta feita, é clara a ligação entre investimentos públicos e a expansão do mercado imobiliário.

Neste sentido, é interessante notar que estas imagens buscadas pelo discurso oficial, geralmente, alimentam os fundamentos de campanhas de *marketing* e acabam consolidando a venda do espaço pelo capital privado e o discurso dominante sobre a Cidade. No caso das intervenções públicas que se deram na preparação para à Copa em Fortaleza, tem-se, como se viu em Pequeno (2015), que a despeito do que se coloca no Plano Diretor Participativo da Capital elaborado em 2009, os investimentos públicos com o Mundial priorizaram zonas da cidade já muito consolidadas em relação à infraestrutura urbana, onde habitam as classes mais privilegiadas e onde o metro quadrado residencial do solo urbano é mais valorizado. É o caso da zona leste da cidade (MAPA 1), onde ocorre a duplicação e a construção do viaduto da Av. Raul Barbosa e construção do VLT Parangaba/Mucuripe, e das zonas sul/sudeste, onde situam-se bairros como Castelão e Passaré, novas fronteiras das classes médias em Fortaleza, onde foram feitas as obras nas avenidas Alberto Craveiro e Paulino Rocha e estão previstos os BRT's. Com isto, o processo de

segregação do espaço urbano é incentivado em uma cidade já muito marcada pela desigualdade.

Mapa 1 - Valor médio do metro quadrado do solo urbano no município de Fortaleza de acordo com o uso residencial e agrupado por bairro - 2015



Fonte: adaptado <http://mapas.fortaleza.ce.gov.br/#/>. Acesso em 20/09/2016.

De acordo com o Mapa 1 acima é possível constatar que a maior parte das obras da Copa se dá em bairros com o valor do metro quadrado do solo situado entre R\$ 2.314,56 a R\$ R\$ 3.768,50, o que não é a tônica dos bairros mais periféricos da zonas sul/sudoeste e oeste da Capital, os quais concentram a maior parte da população e das habitações dos fortalezenses. Com isto, a valorização imobiliária, a partir de bairros que já são valorizados e já possuem infraestrutura urbana consolidada, utilizam a imagem de convergência do desenvolvimento urbano, incrementado pelos investimentos em infraestrutura com a Copa, para a venda do espaço, em particular, de novas moradias próximas do palco do "maior espetáculo da Terra" no Ceará, o Castelão.

Esta região também caracteriza-se por ser próxima a áreas verdes, como o zoológico municipal, um trecho do Parque do Cocó e vazios urbanos ainda não explorados pelo capital imobiliário local (GÓIS, 2013). Segundo o autor, coadunam-se características perfeitas para o incremento da valorização imobiliária, pois combina-se algo raro numa capital densamente povoada como Fortaleza: vazios urbanos ao lado da execução de grandes obras de infraestrutura viária, que se deram (ou ainda se darão, no caso da conclusão do BRT da av. Alberto Craveiro) de forma coligada com um estádio de Copa.

Esta interligação é ilustrada assim:

Um primeiro exemplo é o do loteamento "Terra Nova", onde o *marketing* tem como *slogan* a frase: " de um lado seu sonho, do outro também", expressando a vantagem locacional de estar próximo da arena como sonho de morar bem. O segundo exemplo é de um condomínio que incorpora o nome do complexo esportivo como forma de *marketing*: o Arena Condomínio Clube em Cajazeiras (GÓIS, 2015, p.172).

É interessante notar que, à primeira vista, no caso dos loteamentos citados, as principais referências presentes no marketing destes espaços à venda não apresentam nenhum outro benefício que não a simples proximidade com uma "arena dos sonhos". Coloca-se daí uma relação direta da espetacularidade da construção e sua imbricação com a valorização desta região que, além da monumentalidade do estádio como símbolo, tem como derivações os investimentos em mobilidade atrelados aos do Castelão.

Além desta relação com o estádio e os investimentos em infraestrutura urbana, a proximidade com o verde e áreas ainda intocadas pela valorização

imobiliária é também uma imagem trabalhada pelo capital privado. Isto é o que se percebe na Figura 33, quando se mesclam imagens bucólicas da natureza e da Arena Castelão como símbolo pós-moderno do desenvolvimento urbano. Neste sentido, ressalta-se, mais uma vez, que o estádio situa-se ao lado do zoológico municipal e de um trecho do Parque do Cocó, cujo projeto de regularização fundiária prevê a construção de equipamento de esporte e lazer e a retirada de assentamentos irregulares da área, sendo que, até o momento, somente a demarcação do Parque foi realizada.

Figura 33 - Anúncio do Reserva Passaré se intitulando como “Condomínio Parque” e fazendo referências à sua proximidade com a natureza e a Arena Castelão. Responsabilidade da Bspar



Fonte: Góis (2015, p. 182)

Desta forma, a partir do uso destas imagens de desenvolvimento urbano atreladas à proximidade com a natureza observa-se, através de dados do índice Fipe-Zap⁶⁸ de imóveis, o crescimento contínuo do valor do metro quadrado de imóveis comercializados nos bairros adjacentes à Arena Castelão. Para efeito de estudo, tomou-se aqui a análise de dois bairros, o Passaré e Castelão, em períodos anteriores e posteriores ao Mundial e percebe-se, a

⁶⁸ O índice Fipe-Zap é um levantamento estatístico do valor médio do metro quadrado comercializado por tipo de imóvel construído a partir do *site* Zap Imóveis e a Fundação Instituto de Pesquisas econômicas (FIPE).

partir dos Gráficos 1 e 2 que os apartamentos negociados nestas regiões chegaram a ser comercializados registrando valores do metro quadrado abaixo de R\$ 2.000,00 em 2011, e em janeiro de 2016, chegaram a atingir o patamar de quase R\$ 4.000,00, mais que dobrando o seu valor. Destaca-se que na região a procura por imóveis se deu ainda incentivada pela oferta de financiamentos do "Programa Minha Casa Minha Vida", os quais afirmam ainda mais o poder público como indutor da ocupação imobiliária e valorização do espaço urbano.

Gráfico 1 - Variação do preço do metro quadrado de apartamentos negociados no bairro Castelão entre os anos de 2011 e janeiro de 2016 - Índice Fipe-Zap

variação do preço do m²

apartamento, castelao, venda, n° de quartos indiferente



Fonte: disponível em: <http://www.zap.com.br/imoveis/fipe-zap-b/>. Acesso em 24/04/16

Gráfico 2 - Variação do preço do metro quadrado de apartamentos negociados no bairro Passaré entre os anos de 2011 e janeiro de 2016 - Índice Fipe-Zap

variação do preço do m²

apartamento, passare, venda, n° de quartos indiferente



Fonte: disponível em: <http://www.zap.com.br/imoveis/fipe-zap-b/>. Acesso em 24/04/16

A imbricada relação entre as ações do poder público e capital privado foi registrada em vídeo polêmico difundido no *youtube*, que captou uma conversa informal entre o governador Cid Gomes e empresários de Fortaleza (FIGURA 34). Nesta conversa, o governante fala abertamente na possibilidade dos

empresários construir torres empresariais em áreas a serem desapropriadas pelas obras do VLT, denotando daí cenas cotidianas desta relação estreita entre Estado e capital privado. Esta relação, no caso do VLT, no entanto, apresenta limitações porque, dentre as obras previstas, afora o Castelão, a única concluída foi o Terminal de Passageiros do Porto de Fortaleza.

Figura 34 - Vídeo da conversa informal entre Cid Gomes e empresários de Fortaleza onde são negociadas as construções de prédios em área desapropriadas pelo VLT Paranga-Mucuripe (2011)



Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_pt5fREtRqE. Acesso em 11/05/16.

Instalado no Mucuripe, o Porto era até então quase exclusivamente ligado à circulação de mercadorias e não de passageiros. Com a instalação do terminal de Passageiros, o discurso oficial é que se tenha mais um elemento de incremento da atividade turística no Ceará, uma vez que grande parte da função de circulação de mercadorias no Estado migrou para o porto do Pecém, a partir da sua inauguração no início dos anos 2000. Porém, ainda hoje, o bairro é marcado pela existência de indústrias e da Fábrica de Asfaltos de Fortaleza (Asfor), dos terminais de Gás Butano e da instalação pela Petrobrás da Lubrificantes e Derivados do Nordeste (Lubnor), além de assentamentos informais populares.

Iniciativas como o *Aldeia da Praia*, concebido na gestão Luizianne Lins à frente da prefeitura local (2005 - 2012), foram lançadas no sentido do aproveitamento do potencial turístico com a instalação do Terminal de

Passageiros, no caso deste projeto em particular, sem a remoção da comunidade do Serviluz. No entanto, estas ações não se tornaram realidade, talvez devido ao baixo fluxo turístico pela via marítima, que, de acordo com a Tabela 5, mostra-se incipiente, se comparado à quantidade de turistas que chegam ao Ceará pelo Aeroporto. Por outro lado, para além do potencial turístico, está o potencial de valorização imobiliária, dado em decorrência da proximidade com o mar e com outros bairros nobres da Cidade.

Tabela 5 - Comparativo da chegada de turistas internacionais ao Ceará por vias de acesso - 2013/2014

Chegadas de turistas internacionais no Ceará					
Total		Vias de acesso			
		Aérea		Marítima	
2013	2014	2013	2014	2013	2014
84.119	85.025	80.029	82.413	4.090	2.612

Fonte: Anuário estatístico do Turismo 2015/Ministério do Turismo.
Disponível em:
<<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario/index.html>>.
Acesso em: 24 abr. 15.

Verifica-se assim a atuação do capital privado, em especial o ligado ao setor imobiliário, como um agente atuante na produção e no uso de imagens do espaço urbano dinamizado pelas obras da Copa. Insere-se aqui o fato da limitação da análise das imagens do capital privado em outras regiões da Cidade, principalmente, devido ao caráter não finalizado de obras como o VLT e as Estações do Metrofor, assim como os BRT's previstos. No entanto, é possível constatar, como se verá a seguir, as imagens de resistências que surgiram dos movimentos sociais organizados frente à ameaça ao direito à moradia das classes menos favorecidas que foram e estão sendo afetadas por tais intervenções.

3.3. Imagens de movimentos de resistências

Entre os agentes envolvidos na produção de imagens da Copa em Fortaleza, faz-se necessário destacar os movimentos sociais e suas resistências ao poder dominante, seja governamental ou do capital privado, local e internacional. Aqueles agentes foram o contraponto à fetichização do

espaço urbano como mercadoria para o turismo e o mercado imobiliário e canal de denúncia contra o processo de agravamento da segregação social existente na capital cearense com as intervenções previstas na Matriz de Responsabilidades da Copa, incentivado, principalmente, a partir da remoção de populações de áreas da Cidade para onde estavam previstas obras como VLT Parangaba/Mucuripe e a ampliação da Av. Raul Barbosa/Via Expressa. Estas resistências incorporaram-se à imagem pública produzida da capital cearense no contexto do Mundial, mesmo tendo sido reservado pouco espaço institucional pelo poder público ao debate com a sociedade no processo de preparação para a competição da FIFA.

Para se compreender como isto se deu, é preciso demarcar os dois momentos nos quais estas resistências se deram na capital cearense: 1) a atuação dos movimentos sociais nos arranjos institucionais e debates acerca do Mundial, nos quais se destaca a atuação dos Comitês Populares da Copa, cujo "pontapé" organizativo no país foi dado a partir de Fortaleza (PINHEIRO, 2015); e 2) as manifestações no período da realização dos jogos, em especial em junho de 2013, com a realização da Copa das Confederações.

Desde a construção das candidaturas, passando pela definição das cidades-sede escolhidas em maio de 2009, já se visualizava, de maneira geral, um processo no País no qual o poder público não oferecia espaço de debate acerca das intervenções previstas para o Mundial. No caso de Fortaleza, segundo, Pinheiro (2015), a "Programação Sistêmica de Investimentos para Suporte à Copa do Mundo da Fifa Brasil 2014 no Ambiente Metropolitano – Fortaleza e Entorno", que foi o conjunto de ações encabeçados pelo Governo do Estado e pela Prefeitura de Fortaleza, apresentado em junho de 2009, já tinha a marca da não articulação das propostas com à sociedade, já que estas ideias não passaram por um processo de discussão com a população, sendo oriundas das instâncias governamentais.

O caráter participativo das discussões do que iria ser feito na cidade com as obras da Copa foi negado ainda pelo fato de que as intervenções em mobilidade e infraestrutura contrariavam aspectos presentes no Plano Diretor Participativo de Fortaleza (PDPFor), aprovado em março do mesmo ano de 2009. Como se viu, por exemplo, o referido plano havia demarcado Zonas Especiais de Interesse Social (ZEIS), garantindo nestas a presença de

comunidades mais pobres lá historicamente situadas; no entanto, as propostas de intervenções como a construção do viaduto da Raul Barbosa e a remoção de famílias da região do Lagamar se davam justamente nestas regiões que haviam sido demarcadas como prioritárias para a habitação popular, viabilizadas, como se viu anteriormente, por modificação posterior no texto original da Lei pelo legislativo municipal.

Muitas vezes, esta tônica de intervenções urbanas sem discussão com a população da cidade é justificada pelos gestores públicos no contexto de megaeventos devido à lentidão da burocracia estatal, se comparada aos prazos rígidos existentes em competições do gênero, as quais precisam de equipamentos testados e funcionais com uma rapidez, que não é típica da iniciativa pública brasileira. Isto é assim justificado e apresentado por Luizianne Lins, prefeita de Fortaleza, em reunião com a presidente Dilma Rousseff em 2011:

Não defendo que não haja as iniciativas de controle [estatal], mas, por incrível que pareça, com a quantidade de burocracia e de órgãos fiscalizando, o processo fica mais demorado, chega até a parar, e, lá na frente, é preciso acelerar e atropelar algumas etapas. O que era para ser correto acaba ficando ruim (Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/nacional/luzianne-faz-cobranca-a-dilma-1.415884>. Acesso em 30/04/2016).

Neste sentido, verificou-se que realmente foram poucos os espaços para a sociedade em geral nas arenas decisórias das intervenções previstas para a Copa em Fortaleza. Segundo Pinheiro (2015) (QUADRO 9), a única instância de discussão que permitiu a participação da sociedade em geral foi o Comitê de Acompanhamento das Ações relativas à Copa 2014 (CAPCOPA), ligado ao legislativo estadual e criado em maio de 2011. Nele, estavam presentes nove representantes da sociedade civil, convidados pela Assembleia Legislativa do Ceará para compor o grupo: Central Única da Favelas (Cufa) e Federação de Bairros e Favelas de Fortaleza (FBFF) (movimentos populares); Associação Cearense de Imprensa (ACI), Centro de Dirigentes Lojistas (CDL), Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (entidades empresariais); Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Ceará (CREA), Instituto dos Arquitetos do

Brasil (IAB) e Ordem dos Advogados do Brasil (OAB/CE) (entidades profissionais). No entanto, mesmo havendo tal espaço, este se caracterizava por ser somente consultivo e não deliberativo, ficando estas instâncias restritas aos órgãos técnicos, ligados aos altos escalões dos poderes executivos (municipal e estadual) e/ou no âmbito de comissões legislativas restritas a parlamentares (em geral da base política do executivo estadual).

Coloca-se, portanto, que as instâncias decisórias e o formato das intervenções não seguiam a tônica participativa difundida em leis como o Estatuto das Cidades, que determina a elaboração de planos diretores participativos e a criação de conselhos municipais das cidades, justamente, para que as ações do poder público estejam mais próximas de quem, de fato, é o usuário primaz da cidade, o cidadão. Neste sentido, além da alteração nas diretrizes do PDPFor, como se viu, tem-se também o descumprimento na capital cearense de outro espaço previsto no Estatuto das Cidades ao longo do processo de preparação para a Copa, que é a ausência de um Conselho da Cidade (Concidades), instância consultiva que só veio a ser criado em 2014 e ter a sua primeira reunião em 27 de novembro de 2015⁶⁹.

Oriundo de articulações de entidades de defesa do direito à moradia em Fortaleza, como a ONG Cearah Periferia, o Comitê Popular da Copa Fortaleza configurou-se como um dos principais espaços de resistência a esta tônica da ação pública ao largo da participação popular na Copa. Idealizado a partir de um seminário de encerramento do curso de desenvolvimento urbano promovido pelo Cearah Periferia em 2009, que contou com a presença do Comitê Social dos Jogos Pan Americanos do Rio de Janeiro⁷⁰, com a temática "Megaeventos e desenvolvimento Urbano", o Comitê Popular da Copa Fortaleza (CPC) surgiu como uma proposta da mesa durante o referido debate, tendo em vista a identificação da necessidade da articulação dos movimentos sociais em torno dos atingidos pelas remoções ocasionadas pelas intervenções urbanas no contexto da Copa 2014. Isto é que se percebe na logomarca do

⁶⁹ Disponível em: <http://www.fortaleza.ce.gov.br/fortaleza2040/noticias/gestao/primeira-reuniao-de-trabalho-do-conselho-da-cidade-debate-planejamento>. Acesso em: 30/04/16.

⁷⁰ O Comitê Social do Pan do Rio foi criado em 2005 e reúne representantes de diversas entidades da sociedade civil carioca para acompanhar a aplicação dos recursos, principalmente da prefeitura do Rio na área social, tendo em vista a garantia dos legados difundidos com a realização do evento. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2007-07-13/comite-social-do-pan-teme-que-jogos-nao-deixem-legado-significativo-para-rio>. Acesso em: 21/09/16.

grupo (FIGURA 35), que explicita, através da alusão à logomarca oficial do Mundial, a imagem de roubo a moradias. Todas as sedes do Mundial passaram a contar com CPC's, organizando-se inclusive uma Associação Nacional dos Comitês Populares, a ANCOP, que se transformou em fórum de debates nacional acerca da questão do direito à moradia.

Quadro 9 - Arranjos institucionais para a Copa do Mundo 2014 em nível estadual e municipal

Órgão	Criação e caráter	Composição	Atribuições	Sociedade Civil
Comissão Técnica de Fiscalização e Acompanhamento das obras da Copa -TCECE	Acompanhamento e fiscalização do Judiciário Estadual 26 de junho de 2010	Cinco servidores do TCE, definidos pelo presidente do Tribunal	Acompanhamento e fiscalização das obras da Copa 2014: 1) Reforma do Castelão; 2) VLT Parangaba-Mucuripe; 3) Estações Padre Cícero e Montese (Metrofor). - Relatórios de Inspeção das Obras (mensais)	NÃO
Secretaria Especial da Copa (Secopa)	Deliberativo Executivo Lei Nº 14.869, de 25 de janeiro de 2011	Secretário Ferrúcio Feitosa	- Planejamento, coordenação, articulação, gerenciamento e controle das ações necessárias à realização da Copa do Mundo da Fifa Brasil 2014 no Ceará; - Coordenação e acompanhamento das ações do Gov. estadual, -Interlocução com o Comitê Organizador Local/Fifa. - Geração impactos diretos para a população local" por meio do estabelecimento de parcerias com entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais - realização de projetos de capacitação para micro e pequenas empresas, empreendedores e trabalhadores, visando o desenvolvimento econômico do Estado. - captação de eventos relacionados à Copa 2014 e divulgação das potencialidades do Ceará em eventos nacionais e internacionais ligados ao tema.	NÃO
Comissão Especial da Copa 2014 (Cecopa)	Consultivo e Acompanhamento Legislativo Municipal Fevereiro de 2011	Oito vereadores (todos da base do prefeito)	Acompanhamento dos investimentos públicos, mobilização de recursos financeiros para infraestrutura, integração com o trabalho de outras comissões relacionadas ao evento e realização de audiências públicas com secretarias municipais envolvidas com o evento.	NÃO
Comitê de Acompanhamento das Ações relativas à Copa 2014 (CAPCOPA)	Consultivo Legislativo Estadual - Maio de 2011	Parlamentares e Dirigentes de Instituições públicas e privadas. Das 32 instituições, 9 são da sociedade civil	Acompanhamento e discussão do andamento das obras e ações de preparação para a Copa do Mundo de 2014 em Fortaleza e no Ceará.	SIM
Secretaria Extraordinária da Copa (Secopafor)	Executivo Municipal Decreto 13.120 de 29 de abril de 2013.	Domingos Gomes de Aguiar Neto (substituído em fevereiro de 2012 por Patrícia Macêdo)	Objetivo de ser um instrumento de planejamento, coordenação, articulação, gerenciamento e controle das ações necessárias à realização da Copa do mundo de Futebol-Fifa 2014, contribuindo para a melhoria da qualidade da vida urbana, da prestação de serviços públicos e da promoção e divulgação do município, visando maximizar o legado econômico e social da Copa do Mundo de Futebol - Fifa 2014.	NÃO

Fonte: Pinheiro (2015, p.112-113)

Figura 35 - Logomarca do Comitê Popular da Copa de Fortaleza



Fonte: Disponível em: <http://www.inesc.org.br/noticias/noticias-do-inesc/2011/agosto/encontro-reune-comites-populares-da-copa>. Acesso em 30/04/16.

Desta forma, o CPC passa a atuar como uma estratégia para reunir várias entidades da luta pelo direito à moradia em Fortaleza em torno do tema da Copa. Entre estes, além de pessoas ligadas ao Cearah Periferia, estão entidades de defesa da criança e do adolescente, da acessibilidade, do movimento estudantil, militantes autônomos e de alguns partidos de esquerda (PSOL, PSTU e POR), e também, entidades ligadas à Igreja Católica, catadores, da população de rua e grupos das Universidades.

Além da participação destes grupos na única instância possível à sociedade que era o CAPCOPA, o CPC organiza vários encontros e debates a respeito dos impactos do Mundial na questão habitacional em Fortaleza. Entre alguns dos principais encaminhamentos, tem-se a articulação com parlamentares de esquerda, com o escritório Frei Tito⁷¹ e a cobrança formal do governo por explicações, através de liminares e ações no judiciário local. Obtém destaque o adiamento conseguido na Justiça em 2013 das obras do VLT, enquanto este não definisse solução para o problema da relocação de populações atingidas pelas obras e diminuísse o número de famílias relocadas

⁷¹ O Escritório de Direitos Humanos e Assessoria Jurídica Popular Frei Tito de Alencar tem como objetivo prestar assistência jurídica às comunidades marginalizadas do Estado do Ceará. Criado em junho de 2000, ele é vinculado à comissão de Direitos Humanos e Cidadania da Assembleia Legislativa, atuando em convênio com entidades públicas e privadas na defesa da sociedade contra violações aos direitos humanos, em demandas coletivas ou individuais de grande repercussão. Disponível em: <http://www.al.ce.gov.br/index.php/institucional/frei-tito>. Acesso em 21/09/16.

a partir de novos projetos, em especial, nas comunidades Lauro Vieira Chaves e Aldaci Barbosa. Inicialmente iriam ser removidas 200 famílias, mas, com o novo projeto feito em parceria com o curso de arquitetura da UFC, somente 50 famílias tiveram que sair⁷². Outra ação do Comitê Popular da Copa que obteve destaque foi a contribuição na organização e participação das manifestações de junho de 2013, durante a Copa das Confederações em Fortaleza.

As ruas invadem o campo

As manifestações de junho de 2013, de acordo com Gondim (2016) configuram-se como um "ciclo de protestos", ou seja, "mobilizações massivas com formas variadas de expressão, com duração limitada (alguns dias ou semanas) e caracterizadas pela fluidez e informalidade" (p.1). Na história brasileira, estes tipos de protestos foram observados em ocasiões como o movimento pelas "diretas" ou os "carapintadas"⁷³. Diferentemente dos Movimentos Sociais, que têm o perfil mais contínuo, estes ciclos de protestos, ao contrário do que uma análise mais superficial pressupõe, não surgem ao acaso ou de uma ação extemporânea.

O ciclo de protestos de junho de 2013 adveio de um momento político que marcava uma década de hegemonia do Partido dos Trabalhadores (PT), historicamente ligado aos Movimentos Sociais, à frente do governo federal. Este cenário contribuiu para um arrefecimento do ativismo de lutas sociais, pois muitas das entidades tradicionais da luta política no País, como centrais sindicais e entidades estudantis passaram a ocupar espaço no governo, verticalizando-se e integrando-se à burocracia estatal.

Contudo, neste período foram gestados novos movimentos sociais que contestavam o modelo verticalizado e indireto de luta política, típico das entidades sindicais, estudantis ou da democracia representativa e atuavam a partir de outras estratégias, principalmente mediadas pela comunicação via computador, e mais especificamente, com o uso das mídias sociais, as quais

⁷² Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/legado-para-quem-2835.html>. Acesso em 30/04/16.

⁷³ Movimentos que buscaram, respectivamente, a volta das eleições diretas para presidência da república no Brasil, em 1984, e o impeachment do presidente Collor, em 1992, este tendo a sua denominação derivada da prática de pintura dos rostos nos dados protestos.

propiciam uma maior horizontalidade nas reivindicações ou pautas políticas com maior alcance dos discursos, consolidando uma atuação política mais direta, para além da mediação de instituições formais.

Estes fatores se coadunaram com os desgastes de uma década no poder de um projeto político que se colocava como de esquerda, mas que ainda se via frente às restrições à qualidade de vida nas cidades, em especial em áreas como educação, saúde e mobilidade urbana. Isto se colocava como uma realidade a despeito de uma leve diminuição da desigualdade social na última década no País.

Neste contexto, as manifestações de junho de 2013 ocorrem trazendo à cena descontentamentos tanto de setores da esquerda, como da direita política brasileira em relação ao governo petista. Estas insatisfações estavam ligadas inicialmente à mobilidade urbana com a atuação do Movimento Passe Livre (MPL), em especial quanto à questão do aumento de vinte centavos na tarifa de transporte coletivo em São Paulo no início do mandato de Fernando Haddad (PT). Contudo, ao longo das jornadas de junho outros temas passaram a pautar as manifestações como os privilégios concedidos à FIFA e o desvio de verbas e superfaturamento durante a execução das obras relativas ao Mundial.

Desde o dia 6 de junho daquele ano, manifestantes faziam passeatas contra o aumento da passagem de transportes coletivos na cidade de São Paulo, sem muita repercussão na mídia e na sociedade em geral. No entanto, a atitude violentamente repressiva da polícia paulista contra este movimento no dia 13 de junho foi decisiva para a explosão de revoltas contidas de setores da população contra o Estado brasileiro, quando jornalistas e outros profissionais da imprensa sofreram agressões físicas de policiais com cassetetes e balas de borrachas disparadas em profusão.

Esta ação da PM marcou uma virada nos editoriais de jornais e nas mídias sociais, onde até atores de telenovelas fizeram campanhas pelas redes sociais em solidariedade aos jornalistas agredidos pela PM. Tudo isto se dava enquanto vivenciava-se à época o fato do Brasil ser naquele momento o palco de um evento como a Copa das Confederações. Era notório o empenho dos governos e da maior parte da classe política em construir uma imagem positiva do país, das administrações estaduais e municipais na ocasião em que o Brasil

era vitrine mundial, empenho este não percebido pela população em questões como saúde, educação e a mobilidade urbana.

Neste sentido, a pauta comum da melhoria no acesso aos transportes públicos, a rejeição aos aumentos de passagem de ônibus em onze capitais (Aracaju, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, João Pessoa, Manaus, Natal, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo e Vitória)⁷⁴ convergiram com o descontentamento quanto ao volume de investimentos e empenho político para um megaevento esportivo a ser realizado. As grandes manifestações em São Paulo transformam-se num grito bradado, em sua maioria, por jovens estudantes que denunciavam a sua repulsa ao sistema político vigente e a subserviência do país à FIFA. A repulsa à corrupção, o descaso com temas básicos da existência humana nas cidades, como educação, saúde, transportes, respeito à diferença⁷⁵ e habitação somaram-se como bandeiras.

Com isto, o que se observou foi a proliferação de manifestações nas cidades que abrigavam (ou não) jogos da Copa das Confederações, chegando no dia 20 de junho a reunir mais de 1 milhão de pessoas nas ruas de 80 cidades brasileiras, segundo o jornal *O Globo*⁷⁶. A repercussão foi tanta que a seleção italiana ameaçou abandonar a competição afirmando que "não queria jogar numa praça de guerra"⁷⁷ e a FIFA falou em suspender os jogos.

Como resposta a estes movimentos, governos municipais, estaduais e federal foram cedendo paulatinamente às pautas apresentadas nas ruas, como foi o caso da rejeição à PEC 37⁷⁸, o cancelamento dos aumentos das passagens e a implantação às pressas, por parte do governo federal, de um programa nacional voltado à ampliação do atendimento básico de saúde, o

⁷⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-capitais-que-tiveram-aumento-nas-tarifas-de-onibus-em-2013.html>. Acesso em 22/09/16.

⁷⁵ Uma das principais pautas de reivindicação nesta área era o pedido pela renúncia do Presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, o Pastor Marcos Feliciano, conhecido pelas suas declarações homofóbicas e racistas via mídias sociais e imprensa.

⁷⁶ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/manifestacoes-pelo-pais-reunem-1-milhao-de-pessoas-em-pelo-menos-80-cidades-8764449>. Acesso em 15/05/14.

⁷⁷ Disponível em: <http://www.portaldoholanda.com.br/futebol/selecao-italiana-ameaca-deixar-brasil-nao-queremos-jogar-em-uma-praca-de-guerra#.U3VIAyi2dp0>. Acesso em 15/05/14

⁷⁸ A discussão do Projeto de Emenda Constitucional nº37 (PEC 37) do deputado Lourival Mendes (PT do B-MA) se caracterizou como polêmico por propor a retirada do poder do Ministério Público Federal de investigação criminal, tornando tal atribuição exclusividade das forças policiais. Este projeto teve uma rejeição durante as manifestações de junho, principalmente pelo fato que este órgão vem na última década tendo papel de destaque na denúncia, especialmente, de casos de corrupção por parlamentares. Votado em julho de 2013, o projeto foi rejeitado por maioria ampla da Câmara de Deputados Federais.

Mais Médicos⁷⁹. Por outro lado, ocorreu o reforço dos batalhões de choque com policiais da Força Nacional de Segurança para a Copa do Mundo, como foi visto anteriormente. Este tipo de ação rápida demonstra a preocupação com a imagem do país no contexto dos megaeventos.

A série de manifestações que marcou a Copa das Confederações no Ceará, a exemplo do que ocorreu em nível nacional, foi o ponto culminante de uma insatisfação popular em relação a diferentes aspectos das políticas públicas. Entre as pautas locais destas manifestações estava a crítica às remoções abruptas de comunidades afetadas pelas obras da Matriz de Responsabilidades.

Os protestos de junho de 2013 tiveram em Fortaleza um antecedente de manifestações que já se davam na cidade desde janeiro, quando estudantes protestavam contra o aumento de R\$ 0,20 da passagem de ônibus municipal em Fortaleza, no princípio da gestão de Roberto Cláudio (à época no Partido Socialista Brasileiro - PSB). Somados a esta insatisfação, outros movimentos se destacaram: 1) o "Fortaleza Apavorada", que surgiu em maio daquele ano, oriundo das classes médias e mais abastadas e que denunciava o descaso com a segurança pública na Cidade; e 2) o "Fora Feliciano", composto por setores insatisfeitos com a presidência do deputado Marcos Feliciano (Partido Social Cristão - PSC/SP) na Comissão de Direitos Humanos da Câmara Federal, especialmente depois de declarações racistas e homofóbicas deste em redes sociais.

Neste cenário onde manifestações já se davam como uma constante, a Copa das Confederações no Ceará foi vista como uma grande vitrine para expressão destes descontentamentos relacionados à preparação para o Mundial. Incentivados pela repercussão que as manifestações realizadas em São Paulo tomavam na mídia nacional, um primeiro grande ato no contexto da Copa foi organizado em Fortaleza no dia 19/06/14, dia do segundo jogo da seleção brasileira (Brasil x México) na competição. Neste ato destacou-se a atuação do coletivo + Pão - Circo que, em sua página no *facebook*, atingiu a marca de mais de 50 mil pessoas confirmando presença na convocação para a

⁷⁹ Programa do Governo Federal concebido no segundo semestre de 2013 de ampliação da presença de médicos em postos de saúde nas grandes cidades e no interior do país que consistiu na abertura de 14 mil vagas de profissionais da saúde em todo o país. Inicialmente selecionou médicos brasileiros e, posteriormente, estrangeiros.

manifestação. O trajeto previa a partida no início da av. Alberto Craveiro (via que dá acesso ao Castelão no sentido norte-sul) e rumaria até o estádio. No entanto, a cerca de 2km do início da concentração do movimento já se tinha a presença de um forte contingente de policiais (FIGURA 36) impedindo o percurso planejado. Estes estavam tanto a pé como à cavalo, armados com equipamentos de contenção de multidões, como espingardas de balas de borracha, bombas de gás lacrimogêneo e gás de pimenta.

Figura 36 - Barreira de contenção da manifestação na av Alberto Craveiro - junho de 2013



Fonte: <http://candidoneto.blogspot.com.br/2013/06/tsunami-manifestacoes-chegam-ao.html>.
Acesso: 26/05/14

Os confrontos entre manifestantes e policiais repercutiram nacionalmente e marcaram a chegada do torcedor que ia assistir ao jogo do Brasil, o qual marcava também a estreia da capital cearense na competição. Entre estes que chegavam ao estádio também havia aqueles que levavam cartazes e combinavam nas filas de acesso ao Castelão um ato de repúdio à Copa (FIGURA 37), onde durante o hino brasileiro a intenção seria virar as costas ao campo. No entanto, o que houve neste momento foi uma intensidade do canto em uníssono no momento do hino, o que, por sua vez, também se tornou um ato de protesto. A partir do jogo da seleção brasileira em Fortaleza, esta virou uma prática das torcidas do Brasil nos jogos seguintes e na própria Copa do Mundo, tendo o ponto alto na final da Copa das Confederações, na vitória do Brasil contra a campeã do mundo, Espanha, no Maracanã por 3 a 0.

A compreensão do secretário da Copa no Ceará a respeito do que mobilizou e produziu os protestos de junho de 2013 em Fortaleza, entretanto, minimiza as razões das insatisfações populares. Justifica-as em função de uma falta de informação em relação a como, de fato, foi financiado o Mundial, não considerando, por outro lado, a contestação aos processos abruptos de remoções de populações, a promoção de obras em espaços já valorizados, isto em detrimento à atuação do poder público frente a outros problemas mais urgentes da Cidade, como o saneamento e a saúde. Note-se o que afirma o secretário:

O grande equívoco que houve na Copado Mundo mesmo e que trouxe os protestos na Copa das Confederações foi a falta de esclarecimentos. Aqui, no estado do Ceará, tivemos pequenos problemas, relacionados com outros estados. Eu aqui tentei utilizar o máximo possível a imprensa pra mostrar e deixar muito evidente para a população que não estava sendo retirado o dinheiro de uma área para ser aplicado na Copa do Mundo (Ferrúcio Feitosa, em entrevista direta em 11/11/14).

Nos jogos seguintes (Espanha x Nigéria e Espanha x Itália), realizados nos dias 21 e 27 de junho, respectivamente, também aconteceram manifestações, porém, com público menor que o da primeira. Os manifestantes se concentraram principalmente no acesso ao Castelão feito pela av. Dedé Brasil e Paulino Rocha. O que se percebeu é que devido à intensidade do protesto do dia 19/06, houve um reforço de policiais, inclusive com integrantes da Força de Segurança Nacional e policiais federais.

Figura 37 - Torcida no Castelão e protestos de junho de 2013



Fonte: <http://www.rjnoticias.com/2013/06/selecao-recebe-o-apoio-da-torcida-brasileira-mas-protesto-acontecem-no-castelao/>. Acesso em 26/05/14.

Este maior efetivo policial também ocasionou uma maior repressão às manifestações, transformando o acesso ao estádio numa verdadeira praça de guerra. A partir de barreiras policiais montadas em setores estratégicos dos acessos ao Castelão só passava quem apresentasse o ingresso dos jogos. Esta repressão, na maior parte truculenta, das forças policiais foi notícia internacional, inclusive na primeira página do *The New York Times* de 28/06/13, tradicional jornal norte-americano, com uma foto na qual um juiz federal do trabalho (aposentado), participante dos protestos, enfrenta pessoalmente o escudo de um policial do Batalhão de Choque da polícia cearense (FIGURA 38).

Figura 38 - Capa do *The New York Times* de 28/06/13 sobre os protestos em Fortaleza



Fonte: http://www.opovo.com.br/app/galeria/2013/06/28/interna_galeria_fotos,943/imagens-juiz-aposentado-enfrenta-a-polica-em-protesto-em-fortaleza.shtml. Acesso em 26/05/14.

Após o encerramento da Copa das Confederações, a onda de protestos que marcou o Brasil e o Ceará em junho de 2013 arrefeceu, seja pelo atendimento de algumas das demandas, como foi o caso da derrubada da PEC 37, seja por conta da desarticulação dos movimentos frente ao amplo aparato

repressivo montado pelo poder público com a proximidade do Mundial. Isto se deu porque, como se viu anteriormente, tendo em vista o que ocorreu durante a Copa das Confederações, o Estado Brasileiro montou uma verdadeira "operação de guerra", com ações integradas das Forças Armadas e polícias federal, militar e civil, atuando de forma articulada para o Mundial, demonstrando a preocupação do poder público no País em garantir que manifestações massivas durante a Copa não atingissem a imagem buscada com o evento da FIFA de maior amplitude. Para tanto, apreensões e conduções "prévias" às delegacias foram direcionados a envolvidos com atos de violência nas manifestações de 2013. Estas visavam, principalmente, os *black blocks*, grupos de indivíduos mascarados que, vestidos de preto, notabilizaram-se por estar na linha de frente das manifestações e serem acusados, em especial pela mídia, de estarem associados com atos violentos nos protestos

Além deste fato, como analisam Omena e Gaffney (2015), a concretude da realização da Copa e dos investimentos/gastos feitos não deixavam margem para alterações significativas frente à pressão popular. No entanto, a tensão meses antes da Copa estava expressa nas mídias sociais a partir das disputas entre as *hashtags*⁸⁰ #naovaitercopa, uma das mais citadas na internet e a #copadascopas, impulsionada em grande medida pelo órgãos de comunicação oficiais. Contudo, este "ensaio" para o Mundial, apesar das turbulências políticas, iria ser o único momento que apresentou o Brasil como campeão dentro de campo.

⁸⁰ As *hashtags* são tópicos replicados em redes sociais como o *twitter* e o *facebook*, onde expressam uma espécie de movimento ou palavra de ordem nestes ambientes.

CAPÍTULO 4 - AS COPAS EM FORTALEZA: IMAGENS E IMAGINÁRIO

Tendo em vista os investimentos em intervenções urbanas e na imagem construída do País e de Fortaleza para a Copa, faz-se necessário analisar quais os resultados que, até o Mundial de 2014, concretizaram-se como realidade na capital cearense. Neste sentido, é que toma-se no presente capítulo a discussão a respeito de qual visão de mobilidade urbana foi desenhada nas intervenções para a Copa na Cidade, de que forma se deu os investimentos no estádio local, quais os efeitos da ação do poder público nos portos e aeroportos e no desenvolvimento de infraestrutura turística, de telecomunicações e segurança pública, uma vez que estas áreas foram objetos dos difundidos legados da Mundial no País.

Além de compreender como Fortaleza integrou a ação nacional da execução da Copa no Brasil, se analisará também aqui como toda esta preparação para a competição surtiu efeitos práticos durante sua realização. Esta análise se dará a partir da compreensão da experiência da Copa no Brasil *in loco*, através de observações sistemáticas e entrevistas com torcedores e jornalistas realizadas por mim na presente tese.

4.1. A Mobilidade Urbana como legado?

Dentro do pacote de mobilidade urbana traçado pelo poder público brasileiro, um total de 62 obras foi previsto inicialmente pelo governo federal, estados e municípios. Estas incluíam obras de alargamento de avenidas, criação de novas vias, o funcionamento de sistemas de *Bus Rapid Transit* (BRT's) e de Veículos Leves sobre Trilhos (VLT's). Deste primeiro pacote da Matriz de Responsabilidades restaram 43 obras a serem executadas e as que foram retiradas da Matriz de Responsabilidades (principalmente no ano de 2013) foram incluídas no PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), com prazos mais elásticos do que os de uma Copa. Com a saída destas obras inicialmente previstas, o montante de R\$ 15 bilhões de investimentos em mobilidade urbana no país caiu para R\$ 8 bilhões, minimizando os legados estruturais difundidos para o setor. Deste valor total previsto, até o ano de

2014, somente cerca de R\$ 4 bi foram de fato executados (QUADRO 21 - anexos).

É importante destacar, como já se afirmou, que a mobilidade urbana preencheu grande parte dos discursos no tocante aos possíveis legados da Copa para as cidades brasileiras. No entanto, o que se percebe é que apenas metade do total dos recursos previstos (os quais, por sua vez, já haviam sido revistos para um valor inferior de investimentos) foram realmente gastos.

Segundo Rodrigues (2015), as questões que se colocam ao analisar-se o tipo de investimentos em mobilidade urbana presente no pacote de ações nas cidades-sede são três. Primeiro se, de fato, a retomada de investimentos em mobilidade urbana nas cidades brasileiras feitas a partir de um megaevento é capaz de superar os enormes entraves do setor, uma vez que os prazos são estreitos e em tempo determinado, não se constituindo em um programa permanente de investimentos.

Segundo, é a questão de que os projetos executados não superam no País o modelo rodoviarista, o mais comum nos espaços urbanos do país até agora, mais poluente e prejudicial à mobilidade de massa⁸¹. Por último, tais obras, em geral, não possuem a visão de integração da cidade aprofundando a segregação do espaço urbano, uma vez que se dão prioritariamente em áreas já servidas de infraestrutura urbana nas cidades sede, contribuindo para a maior valorização de áreas já nobres.

É possível constatar tais aspectos, de acordo com a Tabela 6, uma vez que mais da metade das obras de mobilidade atuam no fortalecimento do modal rodoviário, com 31 das 43 obras classificadas como de ampliação da malha rodoviária das cidades-sede ou voltadas para a implantação de corredores exclusivos e dos BRT's, pois mesmo considerando-se este último como um transporte de massa, é, ainda sim, um modal rodoviário. Da totalidade das obras, o investimento em transporte metroviário, sejam metrô ou VLT's e suas estações e terminais foram contemplados em somente 7 das 43 intervenções.

⁸¹ Isto se dá, porque, segundo autor, os automóveis transportam uma quantidade menor de pessoas, se comparado ao transporte coletivo de massa.

Tabela 6 - Tipologia das obras de mobilidade urbana nas cidades-sede

Tipo de Obra	Qtd.	Valor previsto (R\$)	Valor pago (R\$)	Percentual do valor previsto (%)	Percentual do valor pago (%)
BRT/Viário	13	3.735.711.814,60	1.757.008.330,02	44,6	42,4
Viário	16	2.235.650.302,56	1.178.795.831,17	26,7	28,5
Corredores exclusivos/Viário	2	176.600.000,00	8.175.625,25	2,1	0,2
VLT	2	1.885.119.777,86	880.510.907,53	22,5	21,3
Terminais e estações	5	269.430.783,80	218.412.691,20	3,2	5,3
Centros de Controle	3	51.990.326,50	84.744.299,63	0,6	2,0
Pedestres	2	19.600.000,00	12.400.000,00	0,2	0,3
TOTAL	43	8.374.103.005,32	4.140.047.684,80	100	100

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

Ao se analisar em detalhe os impactos possíveis em mobilidade por cidade-sede é possível afirmar que, em Manaus, o legado foi nulo, pois todas as obras do setor foram excluídas do pacote das intervenções da Copa. Em Salvador, o enfoque no setor atingiu somente a perspectiva do acesso de pedestres ao entorno do estádio em si, causando, desta forma, poucos efeitos na mobilidade da cidade de uma maneira geral.

Em Brasília e São Paulo, importantes centros de poder político e econômico do país, as ações voltadas à mobilidade foram pontuais tendo estas cidades recebido apenas um empreendimento cada, estes do tipo viário. Nas sedes restantes, segundo Rodrigues (2015), o que se percebe é que o modelo rodoviário é reproduzido na maior parte das ações, atuando geralmente com intervenções nos entornos de estádios e de modo a facilitar o acesso a estes, consequentemente não agindo como vetor de integração metropolitana. Neste sentido, o autor analisa ainda que as ações empreendidas não agem nos fluxos mais comuns de trânsito das grandes cidades brasileiras, o que minimiza os impactos positivos destas, fazendo com que os investimentos não contribuam também para a superação da segregação urbana presente nestas realidades urbanas.

Mobilidade e enobrecimento do espaço urbano

As obras de mobilidade urbana também foram as principais responsáveis por um outro tipo de impacto na realidade das cidades-sedes,

relacionado principalmente à questão da habitação e da valorização imobiliária do espaço urbano. Isto se deu, segundo Castro e Novaes (2015) por que foi, principalmente, a partir das obras voltadas à ampliação da mobilidade nas cidades-sede que ocorreram os processos de desapropriações, remoções de populações carentes que se situavam ao longo dos trajetos planejados, forçando um processo de enobrecimento dos espaços urbanos que receberam investimentos. Com isto, apesar de não integrar diretamente o pacote de intervenções previstas para o Mundial, o direito à moradia foi um dos principais temas transversais relativos aos impactos da realização da Copa 2014.

O déficit habitacional no Brasil é um dos principais problemas urbanos, pois, segundo o Censo Demográfico de 2010 (IBGE), do total de 6,94 milhões das unidades habitacionais que faltam aos brasileiros, cerca de 85% concentram-se na área urbana. Tal cenário restringe o direito à cidade, uma vez que a falta de habitação digna, geralmente, está associada à ocupações irregulares do espaço urbano. Ocorre que é comum este tipo de habitação está inserido em espaços nobres das cidades estruturando-se ao longo de décadas nestas áreas e construindo histórias de vidas e uma relação consolidada, por exemplo, em termos de emprego, mobilidade, educação e saúde nestas regiões.

A Copa, através das obras de mobilidade, contribuiu para o aprofundamento da segregação espacial das cidades, uma vez que, em geral, as intervenções priorizaram: 1) intervenções em áreas nobres ou que já recebem historicamente uma série de investimentos do poder público; 2) remoções para áreas periféricas de populações carentes localizadas nestas áreas nobres e historicamente fixadas; e, 3) contribuíram para um processo de especulação e valorização imobiliária, forçando, portanto a um processo de enobrecimento de áreas das cidades (CASTRO; NOVAES, 2015).

Este processo somou-se à já crescente procura pelo setor imobiliário existente no país ao longo do final da primeira década dos anos 2000 e do período que antecedeu o Mundial. Nesta época o governo federal, além da política de valorização do salário mínimo e da estabilização e crescimento da economia, ampliou a oferta de crédito para financiamentos imobiliários aquecendo o setor e forçando o crescimento dos preços de imóveis no país. Isto é o que demonstra, por exemplo, a consultoria *Knight Frank*, uma das

maiores do mundo no setor, cuja publicação de pesquisa em 2012 apresentou o Brasil como líder do *ranking* global de valorização dos preços dos imóveis.⁸²

Este processo de valorização imobiliária somou-se aos investimentos em mobilidade e encontrou nos processos de remoções de populações carentes de áreas nobres das cidades uma forma de incremento para o setor. Por outro lado, segundo Castro e Novaes (2015), as remoções, em geral, não respeitaram o marco internacional do direito à moradia, do qual o Brasil é signatário. Este determina que o reassentamento deva acontecer em condições iguais ou melhores que a moradia anterior, considerando não somente as condições de habitação, mas também, o acesso a equipamentos públicos e as oportunidades relacionadas à localização do antigo imóvel. Além disto, foi verificado em vários casos indenizações que não apresentavam valores compatíveis para a aquisição de moradias nos mesmos padrões anteriores.

Neste sentido, Fortaleza, como será visto mais adiante, foi um exemplo dos impactos em moradia, decorrentes das intervenções em mobilidade para a Copa, pois as remoções se deram, muitas vezes, desrespeitando os direitos de populações carentes localizadas em áreas nobres, as quais foram removidas para espaços periféricos da cidade. Este processo, como se verá adiante, despertou movimentos de contestação do modelo adotado de remoções, sendo foco de ações judiciais, aspecto que contribuiu também para o atraso de algumas obras de mobilidade.

Outros fatores que contribuíram no sentido do não cumprimento de prazos destas intervenções foram casos identificados de superfaturamento de licitações, como foi o caso do VLT de Cuiabá, constatado em mais de meio bilhão de reais naquela cidade, assim como casos de falência ou desistência de empresas vencedoras, como foi o caso do VLT Parangaba/Mucuripe, em Fortaleza.

Por outro lado, os investimentos em estádios no País seguiram o prazo para finalização antes do início da competição no Brasil e adotaram os padrões FIFA para renovação do parque de estádios. Isto é o que se verá a seguir.

4.2. Os Investimentos em estádios

⁸² Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,valorizacao-de-imovel-no-brasil-foi-a-maior-do-mundo-nos-ultimos-5-anos,175663>. Acesso em: 12/11/15.

Segundo Gaffney (2015), os investimentos em estádios para o Mundial constituíram uma segunda onda de melhorias no parque de estádios do país (ver TABELA 7). O período da estruturação das primeiras ações nesta seara advém da participação brasileira na Copa de 1950, onde a principal marca foi, de fato, a inauguração do Estádio Mário Filho, o Maracanã, maior estádio do mundo à época, com 155 mil lugares e palco da final daquela competição.

Tabela 7 - Parque de estádios do Brasil

REGIÃO	TOTAL	PARTICULARES	FEDERAIS	ESTADUAIS	MUNICIPAIS
Norte	58	11	0	15	32
Nordeste	235	35	3	19	178
Centro-Oeste	77	9	1	9	58
Sudeste	252	117	0	3	132
Sul	117	67	0	0	50
TOTAL	739	239	4	46	450

Fonte: Cadastro Nacional de estádios de Futebol 2013 - Confederação Brasileira de Futebol (CBF)

Ao longo da década subsequente, o país movido, por um lado, pela política desenvolvimentista do governo federal do período e as grandes obras de infraestrutura implantadas, somadas, por outro lado, à perspectiva do regime militar instalado nos anos 1960, que tinha no monumentalismo dos estádios uma ode ao poder político e demonstração da força dominante, o país tem grande parte da construção dos estádios hoje existentes. Com o declínio do regime militar durante o final dos anos 1970, a manutenção e/ou melhorias deste parque de estádios do Brasil não se mostrou como uma prioridade para os governos militares que se enfraqueciam a cada ano. Com o fim da ditadura no país e a grave crise econômica vivenciada nos anos 1980, após a abertura democrática, os estádios brasileiros seguiram sem grandes investimentos.

Com a estabilização da economia nos anos 1990 e a onda de crescimento econômico dos anos 2000, a participação do país nos grandes eventos esportivos se insere como forma do país se mostrar capaz de integrar o rol das grandes nações globais. Neste sentido, com as vitórias das candidaturas brasileiras, tanto para a Copa 2014, como para as Olimpíadas em 2016, os investimentos em estádios entraram novamente na pauta

governamental na última década. O Quadro 10 apresenta uma visão geral do custo das reformas e/ou construções de estádios para mundial de 2014:

Quadro 10 - Custos de construção e reforma dos estádios da Copa

UF	Cidade-sede	OBRA	Capacidade	Valor previsto (em R\$)	Valor contratado (em R\$)	Valor pago (em R\$)	Data de entrega
AM	Manaus	Reconstrução da Arena da Amazônia	44.500	660.500.000,00	650.953.745,71	338.737.971,86 ↓	mar/14
BA	Salvador	Reconstrução do Estádio da Fonte Nova	51.700	689.400.000,00	689.482.085,50	689.482.085,50 ↑	mar/13
CE	Fortaleza	Reforma do Estádio Governador Plácido Castelo (Castelão)	67.037	518.606.000,00	518.606.000,00	495.233.753,30 ↓	dez/12
DF	Brasília	Reforma do Estádio Nacional de Brasília	69.349	1.403.300.000,00	1.438.590.437,15	1.430.621.779,09 ↑	jun/13
MG	Belo Horizonte	Reforma e adaptação do Estádio Magalhães Pinto (Mineirão)	62.547	695.000.000,00	677.557.021,85	465.623.100,36 ↓	dez/12
MT	Cuiabá	Construção da Arena Multiuso Pantanal	41.112	596.400.000,00	676.014.467,26	419.914.651,55 ↓	abr/14
PE	Recife	Construção da Arena Pernambuco	46.154	532.600.000,00	385.307.605,81	0,00	mai/13
PR	Curitiba	Complexo Esportivo Curitiba 2014 (Reforma e Ampliação do Estádio) - Arena da Baixada	42.668	391.500.000,00	346.246.274,19	310.298.627,77 ↓	dez/13
RJ	Rio de Janeiro	Reforma do Estádio Mário Filho (Maracanã)	78.838	1.050.000.000,00	1.228.759.136,65	1.217.776.834,57 ↑	mai/13
RN	Natal	Construção da Arena das Dunas	45.000	400.000.000,00	400.000.000,00	0,00	dez/13
RS	Porto Alegre	Reforma do Estádio Beira Rio	50.000	366.300.000,00	366.329.817,30	366.329.817,30 ↑	dez/13
SP	São Paulo	Construção da Arena São Paulo (Itaquera)	68.000	1.080.000.000,00	1.080.000.000,00	808.835.342,83 ↓	dez/13
TOTAL				7.723.106.000,00	6.710.481.454,77	6.122.939.312,58	

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

No tocante ao investimento em estádios, tem-se que este quesito, dentre o conjunto de intervenções para o Mundial foi o único cronograma seguido na íntegra para antes da competição. Para tanto, mesmo todas as cidades já possuindo estádios que abrigavam competições regulares de futebol, em alguns casos, ao invés de aproveitar a estrutura de estádios já construídos, os governos federal, estaduais e municipais optaram por erguer novas construções para abrigar os jogos, como foi o caso de Recife, Natal, Cuiabá e São Paulo, sob a alegação de que sairia mais barato do que reformar estádios, acessos e entornos já construídos. No caso do Castelão, em

Fortaleza, em particular, optou-se por uma estratégia mista, como se irá analisar mais detalhadamente adiante, com reformas estruturais e demolição apenas da parte das tribunas de honra e cabines de rádio e TV. Tal estratégia contribuiu para o rápido término da obra do estádio e um custo menor, alçando o Castelão ao custo proporcional por assento dos mais baratos entre as arenas da Copa.

De maneira geral, como se afirmou, apesar dos entraves sofridos, todos os estádios ficaram prontos até o início da competição, mesmo com reiteradas alterações no cronograma de entrega, com destaque para os casos de São Paulo (Arena Corinthians, batizada também de Itaquerão) e Curitiba (Arena da Baixada), tendo estas cidades recebido diversas visitas de enviados da FIFA, os quais, preocupados com o andamento das referidas obras, ameaçaram o cancelamento dos jogos nestas capitais⁸³.

Estes atrasos nos casos citados geraram inclusive constantes críticas dos representantes da FIFA às autoridades brasileiras. Entre elas, destaca-se a declaração de Joseph Blatter que afirmou em entrevista a um jornal suíço que o Brasil era o país mais atrasado em uma preparação para a Copa, mesmo tendo tido o maior tempo (7 anos).⁸⁴ Ressalta-se também a afirmação de Jérôme Valcke, secretário geral da entidade⁸⁵, que já em 2012 afirmava que o Brasil merecia um "chute no traseiro"⁸⁶ para acelerar as obras para a competição, demonstrando a preocupação da entidade em particular com o tema dos estádios.

De forma geral, o que se percebe é que a capacidade dos estádios foi diminuída em relação ao público máximo que tais praças esportivas abrigavam anteriormente. No caso, por exemplo, do Maracanã, o estádio saiu de 155 mil para cerca de 78 mil, sendo o maior estádio do Mundial, seguido, respectivamente dos de Brasília, São Paulo e Fortaleza. Quanto à questão da

⁸³ Disponível em <http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/fotos/ameacada-de-sair-da-copa-curitiba-vive-dia-d-nesta-terca-feira-18022014>. Acesso em 07/05/14.

⁸⁴ Disponível em <http://www.espbr.com/noticias/pais-atrasos-estou-fifa-diz-blatter-brasil>. Acesso em 13/05/14.

⁸⁵ Em 17 de setembro de 2015 Jérôme Valcke é afastado pela FIFA do cargo secretário geral por ser investigado em denúncias de corrupção envolvendo a apropriação privada de lucros oriundos da revenda de ingressos para A Copa 2014. Disponível em: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-anuncia-saida-de-jerome-valcke,1764255>. Acesso em 20/02/2016.

⁸⁶ Disponível em http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Valcke-Prioridade-Brasil-Copa-organiza-la_0_656334478.html. Acesso em 13/05/14.

conclusão de obras de reforma e/ou construção, os destaques foram os estádios de Fortaleza e Belo Horizonte, os quais foram os primeiros a ser inaugurados, em dezembro de 2012.

Ao todo, somente as reformas e/ou construções de estádios para a Copa 2014 envolveram mais de R\$ 6 bi, atingindo quase 1/3 do total de investimentos executados e superando os recursos pagos em mobilidade urbana para o mundial (cerca de R\$ 4 bi). Caracteriza-se daí uma significativa aplicação do montante na rubrica estádios cujos mais caros (ver TABELA 8) foram os de Brasília, Rio de Janeiro e Salvador, respectivamente; e os mais baratos, os de Curitiba, Porto Alegre e Fortaleza. Destaca-se também o fato que nos casos de Porto Alegre, Rio de Janeiro, Brasília e Salvador, o valor pago superou o previsto inicialmente, contrastando com o restante que conseguiu concluir suas arenas com valores inferiores. Neste sentido, vale ressaltar a falta de informações presente no Portal da Transparência nos casos de Recife e Natal, não sendo possível, através de fontes federais, precisar o valor realmente pago nestas arenas. O valor por assento em média (US\$ 6.315,00) - Tabela 9, por sua vez, superou em mais de US\$ 1000,00 o assento das Copas da África do Sul 2010 e da Coreia do Sul/Japão 2002 e em mais de US\$ 2000,00, o da Copa da Alemanha 2006.

Outro aspecto que marca a questão dos estádios brasileiros na Copa é o fato do gerenciamento dos estádios no regime de parceria Público-privada (PPP's). Isto, segundo Gaffney (2015), se deu com o poder público assumindo os riscos da construção, através da contratação de uma empresa privada para tanto. Contudo, para o gerenciamento do estádio, os governos assumem a incapacidade para isto e abrem licitação, na qual, empresas que constroem apresentam também candidaturas para a gestão dos estádios, obtendo daí uma concessão de uso que, no geral, se deu em até 35 anos. Esta concessão, em geral, não pressupõe a compensação financeira por parte das empresas concessionárias do que foi investido pelo poder público para a construção dos estádios.

Como é possível observar no Quadro 11 a concentração das obras dos estádios brasileiros para Copa 2014 ficaram para poucas empresas. Do total, o destaque foram as empresas Odebrecht que ficou responsável por quatro arenas, a Andrade Gutierrez com três e a OAS, com duas. Por sua vez, a

Andrade Gutierrez ficou responsável também pelo gerenciamento do estádio de Brasília e a Odebrecht com os estádios do Recife e Rio de Janeiro. Ressalte-se que estas empresas atualmente estão sendo investigadas pela Polícia Federal brasileira a respeito de ilícitos em contratos com órgãos da União como a Petrobrás.

Tabela 8 - Custos de construção e reforma dos estádios da Copa por assento

Ordem	UF	Cidade-sede	Custo do assento (em R\$)
1	DF	Brasília	20.629,31
2	RJ	Rio de Janeiro	15.446,57
3	BA	Salvador	13.336,21
4	SP	São Paulo	11.894,64
5	MT	Cuiabá	10.213,91
6	RN	Natal	8.888,88
7	PE	Recife	8.348,30
8	AM	Manaus	7.612,09
9	MG	Belo Horizonte	7.444,37
10	CE	Fortaleza	7.387,47
11	RS	Porto Alegre	7.326,60
12	PR	Curitiba	7.272,40
Média			10.483,40

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

Tabela 9 - Gastos em estádios nas últimas edições da Copa do Mundo de construção e reforma dos estádios da Copa por assento

Copa	Estádios	Preço por cadeira (em US\$)	Custo total (em US\$)
Coreia/Japão 2002	20	5.070,00	4.626.639,26
Alemanha 2006	12	3.442,00	1.985.883,22
África do sul 2010	9	5.299,00	1.794.379,40
Brasil 2014	12	6.315,00	3.688.517,18

Fonte: adaptado de Gaffney (2015, p.195)

UF	Cidade-sede	Projeto	Construção	Gerenciamento	Tipo
MG	Belo Horizonte	Gustavo Penna Arq/ GMP	BCMF Arq	Minas Arena (Construcap, Egesa e HAP Engenharia)	PPP
DF	Brasília	Castro Mello Arq	Consórcio Brasília (Via Engenharia/ Andrade Gutierrez)	Consórcio Brasília (Via Engenharia/ Andrade Gutierrez)	PPP
MT	Cuiabá	GCP Arq	Mendes Junior	Não determinado	PPP
PR	Curitiba	Carlos Arcos Arq	Atlético Paranaense	Atlético Paranaense	Privado
CE	Fortaleza	Viglicca e Associados	Galvão, Andrade Mendonça e BWA	Galvão, Andrade Mendonça e BWA	PPP
AM	Manaus	GMP	Andrade Gutierrez	Não determinado	PPP
RN	Natal	Populous	OAS	OAS/Amsterdam Arenas	PPP
RS	Porto Alegre	Hype Studio	Andrade Gutierrez	Internacional F.C.	Privado
PE	Recife	Escritório Fernandes Arquitetos & Assoc.	Odebrecht	Odebrecht/AEG	PPP
RJ	Rio de Janeiro	Escritório Fernandes Arquitetos & Assoc.	Odebrecht + Delta	Maracanã S/A (Odebrecht, AEG, IMX)	PPP
BA	Salvador	Schulitz + Partner Architekten	OAS +Odebrecht	Fonte Nova Negócios e Participações S.A	PPP
SP	São Paulo	Aníbal Coutinho	Odebrecht	Corinthians	Privado

Fonte: Gaffney (2015, p.192)

De maneira geral, apesar de caracterizar uma concessão e não a venda em si, com um prazo elástico, em média de mais de 30 anos de usufruto, de fato, houve uma privatização das arenas da Copa, das quais mais da metade eram gerenciadas anteriormente exclusivamente pelo poder público. Esta perspectiva soma-se ao processo do que Gaffney (2015) chama de "shoppingficação" dada a partir das fachadas e arquitetura geral dos novos estádios, os quais reproduzem o modelo dos grandes salões, bares e espaços VIP's, fortemente vigiados e midiáticos.

Este tipo de arquitetura contrasta drasticamente com o padrão dos estádios brasileiros até então, os quais eram acessíveis e identificados como espaços populares, principalmente em seus entornos, os quais foram regulamentados pela lei geral da Copa como espaço FIFA e de seus patrocinadores, ou antigas "gerais" e arquibancadas, espaços com preços populares abolidos das novas arenas. Desta forma, os novos estádios passam a expressar em suas formas o conflito presente entre padronização global do espaço urbano a partir do consumo.

Esta padronização foi buscada no processo de reestruturação dos portos e aeroportos das cidades-sede, no entanto, a exemplo das obras de mobilidade urbana, tal tipo de investimento não se concretizou completamente, ocorrendo, como foi o caso de Fortaleza, a adoção de estratégias alternativas ou improvisadas para o atendimento da demanda de passageiros durante a competição.

4.3. Portos e aeroportos

No que tange às ações da União relativas à reforma de portos e aeroportos, segundo o Portal da Transparência do Governo Federal, foi previsto para a rede portuária das cidades de Fortaleza, Manaus, Natal, Recife, Salvador e para o estado de São Paulo, cerca de R\$ 650 milhões. Já para a reforma de terminais de passageiros da aviação civil, R\$ 5,5 bi foram previstos, uma cifra maior, de R\$ 7,7 bilhões, foram contratados pela Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO)⁸⁷. Contudo, até agora, foram executados cerca de R\$ 6,2 bi.

A despeito desta soma de recursos contratados, às vésperas do Mundial, o que se observou foi a tentativa de "evitar o caos" aeroportuário com a utilização de aeroportos militares ou instalações temporárias pelas delegações das seleções da Copa⁸⁸. Este foi o caso, por exemplo, do "puxadinho" do Aeroporto Internacional Pinto Martins (FIGURA 39), espaço apelidado pela imprensa e por políticos locais que foi implantado para a recepção de passageiros sob a cobertura de lonas e estruturas improvisadas.

Na definição de atribuições na Matriz de Responsabilidades da Copa, os investimentos em portos e aeroportos ficaram a cargo da União, sendo coordenadas, por um lado, pela Infraero e, por outro lado, pela Capitania dos Portos, ligada ao Ministério da Marinha. Problema crônico estampado rotineiramente nos jornais, a resolução das longas filas, demoras ou atrasos de voos dos aeroportos foi prometida pela União através de uma série concentrada de previsões de investimentos como poucas vezes se viu no país,

⁸⁷ Empresa pública responsável pela gestão da maioria dos aeroportos brasileiros.

⁸⁸ Disponível em: <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/03/18/delegacoes-poderao-usar-aeroportos-militares-durante-a-copa-do-mundo.htm>. Acesso em 13/05/14.

tudo isto se considerando a pressão de voos nacionais e internacionais no período dos jogos do Mundial.

Figura 39 – Estrutura armada como terminal de passageiros no Aeroporto Internacional Pinto Martins em Fortaleza (2014)



Disponível em: <http://www.verdinha.com.br/noticias/6788/8-dias-para-inicio-da-copa-ministro-da-aviacao-civil-vem-fortaleza-avaliar-puxadinho/>. Acesso em 12/09/16.

No entanto, das doze cidades-sedes, antes do Mundial apenas quatro tiveram a possibilidade de ter seus aeroportos concluídos pelo pacote de investimentos no setor (ver TABELA 10). Casos como o terminal aéreo de Porto Alegre, cuja conclusão foi reprogramada para 2016, ou o de Fortaleza, que foi previsto para 2017, ou mesmo o de Recife, que teve sua reforma cancelada, revelaram os entraves que marcam a execução das obras públicas no país.

No tocante aos portos - Tabela 11, este ainda se configura como um meio de transporte pouco utilizado pelos turistas que chegam às cidades brasileiras. Em 2013, por exemplo, segundo a publicação Anuário Estatístico, publicado pelo Ministério do Turismo⁸⁹, dos quase 6 milhões de turistas que desembarcaram naquele ano no país, somente cerca de 87 mil vieram por meio marítimo. Neste sentido, o investimento de cerca de R\$ 472 mil em portos nas cidades-sede litorâneas buscaram a ampliação da capacidade de recepção da demanda turística por este meio.

⁸⁹ Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario/index.html>. Acesso em 12/11/15

Tabela 10 - Investimentos em Aeroportos para Copa 2014

UF	Cidade-sede	Situação	OBRA	Valor previsto (em R\$)	Valor pago (em R\$)	Percentual da execução física (%)	data da informação de atualização	Previsão de Entrega
AM	Manaus	Descartada para a Copa	Aeroporto Internacional de Manaus	445.070.000,00	376.436.113,87	96	30/11/2014	Indeterminado
BA	Salvador	Entregue	Aeroporto Internacional de Salvador	112.930.000,00	92.717.929,88	100	31/07/2014	mai/14
CE	Fortaleza	Descartada para a Copa	Aeroporto Internacional Pinto Martins	171.110.000,00	71.659.152,39	16	31/05/2014	2017
DF	Brasília	Entregue	Aeroporto Internacional de Brasília - Juscelino Kubitschek	651.370.000,00	870.417.580,72	100	31/05/2014	mai/14
MG	Belo Horizonte	Entregue incompleta	Aeroporto Internacional de Confins	430.090.000,00	261.729.453,02	64,33	31/08/2014	Indeterminado
MT	Cuiabá	Descartada para a Copa	Aeroporto Internacional Marechal Rondon	101.210.000,00	78.009.316,64	88,5	30/11/2014	Indeterminado
PE	Recife	Descartada para a Copa	Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes - Gilberto Freyre		0	0	-	Indeterminado
PR	Curitiba	Entregue incompleta	Aeroporto Internacional Afonso Pena	157.260.000,00	90.409.068,37	79,3	31/07/2014	Indeterminado
RJ	Rio de Janeiro	Entregue incompleta	Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro/Galeão - Antônio Carlos Jobim	443.650.000,00	325.743.682,62	78,6	30/09/2014	dez/14
RN	Natal	Entregue	Aeroporto São Gonçalo do Amarante	572.550.000,00	121.834.560,37	100	31/07/2014	jun/14
RS	Porto Alegre	Entregue incompleta	Aeroporto Internacional Salgado Filho	87.720.000,00	81.449.808,27	62	30/11/2014	out/16
SP	São Paulo	Entregue	Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos	1.847.405.000,00	2.743.159.963,53	100	17/01/2013	nov/12
SP	São Paulo	Entregue incompleta	Aeroporto Internacional de Viracopos/Campinas	1.184.910.000,00	2.824.609.771,80	96,5	31/07/2014	mar/15
TOTAL				5.502.865.000,00	6.265.216.171,60			

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

Tabela 11 - Investimentos em Portos para Copa 2014

UF	Cidade-sede	Situação	OBRA	Valor previsto (em R\$)	Valor pago (em R\$)	Percentual da	data da informação	Previsão de
----	-------------	----------	------	-------------------------	---------------------	---------------	--------------------	-------------

					execução	de	Entrega	
					física (%)	atualização		
AM	Manaus	Entregue incompleta	Terminal Hidroviário de Manaus	71.100.000,00	2.705.057,03	95	31/07/2014	mai/14
BA	Salvador	Entregue incompleta	Construção de Terminal Marítimo de Passageiros, estacionamento e urbanização de área portuária	40.700.000,00	33.706.498,32	90	15/09/2014	abr/14
CE	Fortaleza	Entregue incompleta	Construção de Terminal Marítimo de Passageiros, Construção de Cais/Berço, Pavimentação e Urbanização de acessos e estacionamento	224.000.000,00	184.425.962,72	96	08/08/2014	mai/14
PE	Recife	Entregue	Execução das Obras no Porto do Recife de Construção da Fase 2 do Terminal Marítimo de Passageiros, Instalação de Estacionamento e Pavimentação e Urbanização do Entorno do Terminal	28.100.000,00	21.653.976,87	100	31/03/2013	nov/11
RN	Natal	Entregue	Adaptação do Frigorífico e do Galpão para o Terminal Marítimo de Passageiros, Aumento do Cais e Pavimentação e Urbanização da área	79.800.000,00	66.741.686,29	100	31/07/2014	ago/13
SP	São Paulo	Entregue	Alinhamento do cais do Outeirinhos no Porto de Santos- 1º fase - 511 m - Trecho Copa	154.000.000,00	165.847.676,60	100	04/08/2014	abr/14
TOTAL				597.700.000,00	472.375.800,80			

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

4.4. O desenvolvimento turístico, as telecomunicações e a segurança pública como "operação de guerra" para o Mundial

Entre os legados da Copa reiteradamente difundidos pelas entidades organizadoras da competição, o desenvolvimento turístico do país aparece como um dos principais. Isto porque o evento contribuiria para a divulgação da imagem das cidades-sede como cartões-postais de um Brasil que se "abre para o mundo" a partir do Mundial e seria o catalisador do desenvolvimento urbano e de uma infraestrutura para visitação turística, em especial a de estrangeiros. Entre outros aspectos que reforçam a necessidade de investimentos no tema, encontra-se o *Relatório de Competitividade no Turismo*,

divulgado em 2013, no qual o Brasil ocupou o 51º lugar em competitividade no setor entre 140 países⁹⁰.

No entanto, o que se mostrou como realidade foi uma grande discrepância entre o que foi previsto de investimentos para o setor turístico e o que foi executado. Segundo o Portal da Transparência da Copa 2014 (TABELA 12) do Governo Federal, foram reservados mais de R\$ 172 milhões para investimentos e financiamentos para o setor turístico nas cidades-sede. Porém, o que se registra é a aplicação de cerca de R\$ 9 milhões apenas em uma das capitais, a cidade de Natal- RN, com ações de financiamento a instalação de hotéis e acessibilidade nos espaços turísticos da capital potiguar.

Tabela 12 - Investimentos em desenvolvimento turístico

UF	Cidade-sede	Valor previsto (em R\$)	Valor pago (em R\$)
AM	Manaus	7.967.018,08	0
BA	Salvador	15.500.000,00	0
CE	Fortaleza	22.054.872,44	0
DF	Brasília	4.339.901,39	0
MG	Belo Horizonte	8.325.551,59	0
MT	Cuiabá	4.049.226,31	0
PE	Recife	15.700.674,77	0
PR	Curitiba	18.136.515,66	0
RJ	Rio de Janeiro	18.940.000,00	0
RN	Natal	19.245.431,44	9.716.019,93
RS	Porto Alegre	12.781.085,38	0
SP	São Paulo	25.168.062,43	0
TOTAL		172.208.339,49	9.716.019,93

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

O desenvolvimento turístico e a difusão da imagem do país para o mundo, como parte da busca pela construção de uma representação positiva do Brasil durante a Copa, estiveram articulados diretamente com outros pacotes de ações como o da segurança pública e do setor de infraestrutura para as telecomunicações. Estes são estratégicos quando se fala de um evento midiático e global como um mundial de futebol. Riscos de atentados e de panes de comunicação eram talvez o temor mais presente da organização da Copa o

⁹⁰ Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2013/03/brasil-e-51%C2%B0-em-ranking-mundial-de-competitividade-em-turismo/>. Acesso em 12/11/15.

que, caso ocorresse, impactaria negativamente a imagem do país globalmente, fato que destruiria a principal fundamentação da realização deste megaevento em solo brasileiro.

No que tange às telecomunicações, o conjunto das ações previstas não incorreu na aplicação de recursos financeiros diretamente, mas sim, a adoção de procedimentos e medidas legais para a viabilização da instalação de infraestrutura que potencializasse a capacidade de transmissão de dados e imagens. Isto se fez necessário, principalmente, após casos de dificuldade de conexão e transmissão de dados em redes móveis durante o período da Copa das Confederações, evento-teste que serviria para aferir problemas como este. Porém, a grande questão que se colocou seria qual imagem, em especial relacionada à segurança pública, seria apresentada pelo país.

Utilizando a experiência já aplicada na prática de grandes eventos como a Eco 92⁹¹ ou os Jogos Pan Americanos de 2007⁹², o Brasil teve na realização para o mundial de futebol a justificativa para grandes investimentos no setor de segurança pública, ao todo mais de R\$ 1 bilhão e 300 milhões, pois historicamente este é um setor considerado precário no país, tendo, por exemplo, cidades como Fortaleza (a 7ª mais violenta do planeta⁹³) e, segundo investigações de agências internacionais, corpos policiais como a PMERJ (Polícia Militar do estado do Rio de Janeiro), a corporação que mais mata pessoas no mundo (GAFFNEY, 2015).

Nos megaeventos já realizados no país a estratégia de militarização do espaço urbano, com a presença das Forças Armadas cercando territórios, a atuação de agências de inteligência nacional (Agência Brasileira de Inteligência - ABIN) ou a *Internacional Police* (INTERPOL) e a utilização de aparato tecnológico foram o marco para a estratégia da segurança pública para a Copa, especialmente após a insurgência das manifestações de junho de 2013,

⁹¹ Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável realizada no Rio de Janeiro em 1992 que teve como objetivo a discussão no âmbito global acerca de problemas ambientais e a elaboração de projetos ambientais, além da instituição da Agenda 21, documento com uma série de compromissos frente ao meio ambiente do século XXI estabelecidos pelos países presentes.

⁹² Os Jogos Pan-Americanos são uma versão dos Jogos Olímpicos para os países da América do Sul, do Norte e Central. Realizados de quatro em quatro anos, um ano antes dos Jogos Olímpicos, são dirigidos pela Organização Esportiva Panamericana (ODEPA).

⁹³ Classificação atribuída pelo Conselho Cidadão para a Segurança Pública e Justiça Penal do México. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/11/ranking-coloca-fortaleza-como-7-cidade-mais-violenta-do-mundo.html>. Acesso em 20/02/16.

durante a Copa das Confederações que revelaram para o mundo os megaeventos como arenas de conflito.

Neste sentido, para o Mundial foi montada uma verdadeira "operação de guerra" com a utilização, segundo Gaffney (2015), de mais de 50 mil agentes oriundos da iniciativa privada para a segurança pessoal de VIP's ou VVIP's⁹⁴. Além do reforço da contratação da segurança privada, o governo federal utilizou o Exército, a Aeronáutica e a Marinha, aeronaves de caça, helicópteros e homens da Força Nacional de Segurança, constituindo um estado de segurança nacional para um evento, em tese, privado. Além disto, houve a previsão de instalação em cada cidade-sede de Centros Integrados de Comando e Controle (CICC) para o monitoramento por câmeras das vias de acesso e controle de possíveis distúrbios. O total de investimentos previstos no setor, segundo o Portal da Transparência da Copa 2014 do Governo Federal, foi de R\$ 1.797.751.644,58, sendo executados um montante de R\$ 1.338.022.783,56 em uma série de ações desempenhadas por todas as forças de segurança pública existente no País, como é possível constatar no Quadro 22 em anexo.

4.5. Impactos em Fortaleza do evento-teste segundo o discurso oficial

A Copa das Confederações que, em Fortaleza, ocorreu nos dias 19, 23 e 27 de junho de 2013, entrou para a história da cidade como um dos episódios mais controversos da trajetória esportiva da capital cearense. Se de um lado, imagens do Castelão lotado em todas as partidas e da torcida cantando o hino nacional brasileiro correram o mundo, por outro, a repressão foi também uma marca, já que se deu de forma violenta em uma manifestação, que, segundo a Polícia Rodoviária Federal, chegou a reunir cerca de 50 mil pessoas em 19 de junho, no dia do jogo da seleção brasileira contra o time do México.

O evento serviu, portanto, também como vitrine para expressão de insatisfações populares em nível nacional e local e, por isto, é importante entender duas perspectivas: a do evento em si e a das manifestações em

⁹⁴ Sigla em inglês para *Very Very Important People* (pessoas realmente muito importantes), uma categoria acima dos VIP's (*very important people*, ou pessoas muito importantes), que são atribuídos a celebridades ou pessoas com acesso irrestrito aos grandes eventos ou espaços exclusivos dos círculos sociais.

Fortaleza, para compreender a disputa simbólica pela significação do evento na cidade.

Como foi visto no terceiro capítulo, a Copa das Confederações foi a primeira grande "vitrine" que o Estado iria ter no campo dos megaeventos esportivos para o mundo, cuja cobertura midiática iria proporcionar uma visibilidade favorável à promoção turística do Estado e, particularmente, de Fortaleza. O evento seria, sobretudo, uma amostra do que uma Copa do Mundo pode oferecer para a cidade, despertando o "clima de festa" característico (IPECE, 2013).

Neste sentido, os esforços do Estado se deram para, além de conquistar junto à FIFA o direito de sediar jogos da Copa do Mundo, também conseguir sediar jogos da Copa das Confederações, como forma de incrementar a exposição internacional diferenciada buscada com as competições da entidade, escolheu esta conquistada em 2011. As benesses econômicas e a divulgação da imagem do Estado e da Capital advindas desta competição adicional seriam as bases que justificariam tal empreitada, segundo o Instituto.

Como se viu, de maneira geral, a competição realizada no país se caracterizou como uma das mais lucrativas para a FIFA, fazendo com que no ano de 2013 a entidade somasse a cifra recorde de US\$ 3 bilhões de faturamento⁹⁵. Para os jogos da competição em Fortaleza foram vendidos 165.150 ingressos (TABELA 13), o que inseriu a cidade como a segunda colocada neste quesito. Ficou atrás somente do Rio de Janeiro, palco da final e da festa de encerramento do evento, que obteve a marca de 218.460 ingressos vendidos. Destes ingressos vendidos, a parcela do público pagante na capital cearense composta por estrangeiros foi de 4,4% ou 7,2 mil o que, segundo o IPECE, colocou Fortaleza no posto de cidade que, proporcionalmente, mais recebeu visitantes de fora do país durante a competição (TABELA 14). Apesar deste quantitativo de estrangeiros ser muito inferior ao de ingressos vendidos aos fortalezenses, os quais representaram 64,2% do total, neste quesito, Fortaleza teria superado inclusive o Rio de Janeiro, cidade que, usualmente, já recebe grande parcela do turismo internacional no Brasil. No que tange aos

⁹⁵ Disponível em: http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/fifa-anuncia-maior-faturamento-de-sua-historia_26125.html. Acesso em 22/02/16.

turistas nacionais, a cidade repetiu o posto de sede mais visitada, proporcionalmente, tendo a presença de 31,4 % ou 51.797 mil visitantes brasileiros na capital durante a Copa das Confederações.

Tabela 13 - Venda de ingressos por cidade sede durante a Copa das Confederações 2013

Sedes	Quantidade de Ingressos Vendidos	Participação (%)
Rio de Janeiro	218.460	27,15
Fortaleza	165.150	20,52
Belo Horizonte	13.360	16,2
Salvador	119.025	14,79
Recife	104.241	12,95
Brasília	67.423	8,38
Total	687.659	100

Fonte: COL/FIFA, SETUR. Elaboração IPECE (2013)

Tabela 14 - Ingressos vendidos por público local, brasileiro e estrangeiro em cada cidade sede durante a Copa das Confederações 2013

Sedes	Quantidade de Ingressos Vendidos					
	Locais		Brasileiros		Estrangeiros	
	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Rio de Janeiro	142.654	65,3	97.941	31,1	7.865	3,6
Fortaleza	142.654	64,2	51.797	31,4	7.255	4,4
Belo Horizonte	142.654	80,3	21.640	16,6	4.041	3,1
Salvador	142.654	74,2	28.923	24,3	1.785	1,5
Recife	142.654	84,5	13.968	13,4	2.189	2,1
Brasília	142.654	80,7	12.608	18,7	405	0,6
Total	855.924	100	226.877	100	23.540	100

Fonte: COL/FIFA, SETUR. Elaboração IPECE (2013)

De maneira geral, a Copa das Confederações é responsável, segundo o IPECE (2013) por trazer para o fluxo turístico no Estado um incremento de 13,7% em relação a junho de 2012. Em relação ao gasto médio de turistas, houve um crescimento de 4,5%, segundo a Secretaria de Turismo do Ceará (passando de R\$ 1650 *per capita* para R\$ 1725 no período). Para o secretário da pasta, Bismarck Maia, a Copa das Confederações serviu para:

mostrar capacidade do Ceará de sediar grandes eventos internacionais e o grande número de formadores de opinião que recebemos. [Para ele] o grande número de jornalistas, não apenas dos países que jogaram em Fortaleza, mas os do mundo inteiro, deram ao Ceará uma visibilidade internacional nunca alcançada antes. (Disponível em: <http://www.secopa.ce.gov.br/index.php/sala-imprensa/44043-mes-de-junho-trouxe-cerca-de-225-mil-turistas-para-o-ceara>. Acesso em 24/05/2014)

Este discurso de incremento no fluxo e na imagem turística no Ceará através da Copa das Confederações é defendido ainda pelo governo estadual por um impacto econômico de cerca de R\$ 101,5 milhões que o evento teria sido responsável (IPECE, 2013), seja com a geração de impostos decorrentes dos gastos dos turistas no período da competição, seja pela geração de empregos, que devido ao torneio teria chegado a 11.126 postos de trabalho. No entanto, segundo o Instituto, todos estes recursos adicionais somados à economia cearense durante o período teriam gerado o equivalente a 25% dos investimentos do Estado na reforma do Castelão, somente uma das obras previstas na matriz de responsabilidade da Copa. O que deixa para os resultados oriundos do Mundial propriamente dito a questão se, de fato, foi positiva a relação entre investimentos e ganhos econômicos na preparação do estado para a competição.

Além da questão econômica, a realização da Copa das Confederações serviu de teste e revelou problemas estruturais no tocante à realização de um evento deste porte. Entre alguns aspectos de destaque tem-se problemas no setor de telecomunicações, com falhas na recepção do sinal de internet e telefonia no estádio e na logística de chegada dos torcedores ao Castelão. Esta se mostrou problemática no evento, tanto devido à falta de transporte público integrado ao cotidiano da cidade, como devido à realização de manifestações nos dias de jogos da competição. Houve ainda, nos primeiros jogos da competição no Estado, a incapacidade das lanchonetes da Arena Castelão em atender a demanda dos torcedores. Note-se o que afirma o Secretário da Copa:

[...] primeiro tivemos problemas com internet, com os telefones móveis que não cabe a nós, governo, prover, essa cobertura. Essa cobertura cabe as entidades privadas que são detentoras do direito de comercializar banda larga e também o acesso via telefonia móvel e que deixou a desejar [...] (Ferrúcio Feitosa, entrevista em 11/11/14).

A outra questão também foi as próprias lanchonetes que também ficaram a cargo da FIFA. Ela que negociou com parceiros pra fazer toda a parte da logística, de venda de alimentos na Arena Castelão. Nós entramos com a infraestrutura, todo o equipamento, a infraestrutura nós entregamos, mas quem disponibilizou lá os alimentos e quem

colocou o pessoal pra trabalhar foi a FIFA. Então, identificamos que tivemos alguns problemas principalmente nos primeiros jogos, isso depois melhorou, nos outros jogos, até da Copa das Confederações e aí nós fizemos essa queixa para melhorar também na Copa do Mundo (Ferrúcio Feitosa, entrevista em 11/11/14).

E o serviço de transporte de chegada e saída dos torcedores na Copa das Confederações, nos primeiros jogos, nós tivemos algumas dificuldades, até mesmo por conta de algumas manifestações que tiveram e aí também foi algo que a gente se preparou e vencemos isso na Copa do Mundo (Ferrúcio Feitosa, entrevista em 11/11/14).

Aqui vale destacar que tipo de imagens este discurso oficial evoca, principalmente, a minimização dos problemas ocorridos e a afirmação de uma eficiência quanto à resolução dos entraves percebidos durante a Copa das Confederações, tendo em vista a Copa do Mundo. Contudo, a insatisfação popular que se manifestou na onda de protestos, e que marcou tal competição no Estado, lançou uma outra imagem não desejada pelo Comitê Organizador Local do evento e pela FIFA, que é a face do estado repressor.

Além do discurso oficial e das fontes secundárias, vale aqui descrever em primeira pessoa as imagens que foram captadas da experiência de inserção em um megaevento do porte de uma Copa do Mundo ou uma Copa das Confederações no Ceará. Através de uma observação sistemática, o presente estudo buscou identificar tais imagens da experiência do Ceará na Copa, seja a partir da inserção como torcedor em dois jogos na Copa das Confederações (Brasil *versus* México e Espanha *versus* Itália) e três jogos na Copa do Mundo (Uruguai *versus* Costa Rica; Grécia *Versus* Costa do Marfim e Alemanha *versus* Gana); seja como torcedor nos FIFA Fan Fests e treinos da seleção brasileira em Fortaleza.

4.6. A aquisição dos ingressos e os momentos dos jogos

O período de observações sistemáticas desta pesquisa se deu entre os meses de maio, junho e julho de 2013 e 2014, durante a preparação da Copa das Confederações e da Copa do Mundo de Futebol em Fortaleza. O que foi observado foi organizado numa estrutura que aborda três momentos diferentes

dos jogos do Mundial: 1) o momento do “pré-jogo”, ou seja, o período que antecede o início da realização do evento na capital cearense; 2) o jogo em si, onde foi possível captar o momento do acontecimento de algumas partidas da Copa; e, por último, 3) o “pós-jogo”, o qual aborda as repercussões e momentos de dispersão no estádio.

Vale ressaltar que estes três momentos são representativos das fases típicas de qualquer celebração, onde o ápice mostrou ser, não o gol (auge de uma partida futebolística), mas a experiência do estádio em si em um mundial de Futebol. Isto se dá por ser esta uma vivência de integração global, uma oportunidade de, em um mesmo espaço, se ter a concretude do foco da atenção do mundo. Como afirma Curi (2013, p.73):

uma parte importante deste contexto da situação de megaeventos esportivos do século XXI é que eles não são mais apenas de interesse local ou nacional, mas são torneios de valor globalizados. Tanto o anfitrião se expõe ao mundo quanto tendências internacionais nele se refletirão. [...] Um megaevento esportivo permite um olhar para esses fluxos fluidos e irregulares como através de uma lente. Os diversos atores envolvidos, mesmo alguns deles marginalizados participaram desses fluxos experimentando suas consequências.

Vale ressaltar que, diferentemente da Copa das Confederações, cuja procura por ingressos é bem menor do que no Mundial e, por isto, mais fácil de se conseguir comprar uma entrada, a Copa do Mundo, para um torcedor que pretende vivenciá-la, inicia-se no instante em que este se propõe a comprar um ingresso para qualquer partida, pois, para esta competição a disputa por uma entrada é mais intensa, devido à grande procura por torcedores de todo o mundo.

Neste momento é possível se imaginar no estádio vivenciando o clima de integração global do evento, porém, precisa-se passar por algumas “provações” para que isto venha a se realizar. A primeira delas é a de se ter a “sorte” de poder comprar o bilhete para uma partida do Mundial. Esta sorte passa por conseguir o direito de compra, seja através de sorteio, como se deu nos casos das partidas mais concorridas, e em outros, a partir da ordem de encomenda, para as menos disputadas. Esta busca pelos ingressos fez com que muitas pessoas cumprissem “plantões” à frente do computador no site da

entidade, insistindo pela disponibilidade de alguns bilhetes. Todas estas dificuldades se deram mesmo tendo sido colocado à venda, segundo a Fifa, cerca de 3 milhões de ingressos em três fases, descritas a seguir.

1ª fase: de 20 de agosto a 10 de outubro de 2013

Neste período foram vendidos cerca de 2,3 milhões de ingressos por solicitação e sorteio. Após a venda dos ingressos reservados para as solicitações, os restantes eram sorteados. Ou seja, nesta última modalidade de compra o interessado solicitava o ingresso através do *site* da FIFA e esperava saber se havia sido contemplado ou não.

Entre 5 a 28 de novembro de 2013, houve o período inicial de compra por ordem de encomenda, o que esgotou a cota dos ingressos reservados para esta modalidade em menos de uma semana. Atente-se para o fato de que na 1ª fase de vendas ainda não era possível se saber qual seleção jogaria em qual cidade, pois não havia sido realizado ainda o sorteio para o Mundial.

2ª fase: de 8 de dezembro de 2013 a 30 de janeiro de 2014

Na segunda fase de vendas já se sabia em quais cidades cada seleção jogaria, então o comprador já poderia saber para quais partidas estava comprando o seu ingresso. Com pouco menos de 1 milhão de ingressos restantes, as vendas se deram exclusivamente por sorteios de *tickets* e foram excluindo cada vez mais candidatos às vagas nos estádios. Devido à grande procura (pois somente na segunda fase foram cerca de 3 milhões de solicitações), o período de compra por encomenda foi suspenso e a terceira fase (vendas de última hora) de compra por sorteio foi antecipada para 12 de março.

3ª fase (vendas de última hora): de 12 de março a 13 de julho de 2014

Foi nesta oportunidade que adquiri os ingressos para três partidas do Mundial em Fortaleza, o que possibilitou a ida aos jogos 07, 29 e 38 da competição (QUADRO 12). Inicialmente o intuito era conseguir ingressos para

a partida na fase de grupos da seleção brasileira em Fortaleza a ser realizada no dia 17/06/14, contudo estes já não estavam disponíveis para a compra no dia em que houve a tentativa. Isto se deu mesmo considerando um plantão no site da FIFA iniciado logo da abertura das vendas, às 8h.

Em sua maioria, os valores cobrados pelos ingressos do Mundial (QUADRO 13) seguiam o padrão dos preços estipulados para a Copa das Confederações de 2013, o que, por sua vez, é muito para uma cidade como Fortaleza que possui, segundo o Anuário Estatístico do Ceará (2014)⁹⁶, 47,15% dos seus moradores vivendo com renda individual de até 2 salários mínimos - à época R\$ 724,00 e, além disso, considerando-se os custos de tentar levar familiares ou acompanhantes. As Categorias dos ingressos iam de 1 a 4, de acordo com a localização no estádio Castelão. A categoria 1 compreendia os espaços mais privilegiados (áreas VIPS); a categoria 2, cadeiras inferiores; 3 e 4, cadeiras superiores frontais e laterais, respectivamente. Havia ainda a categoria 4 para descontados, ou seja, ingressos nos setores superiores para beneficiários do bolsa-família, idosos e estudantes.

Quadro 12 – Ingressos comprados na segunda fase de vendas

Ingresso	Categoria*	Quantidade	Preço unitário (incluindo tributos brasileiros) em R\$	Tipo de preço**
Jogo 07 - Uruguai x Costa Rica - Fortaleza	3	1	180.00	Regular
Jogo 38 - Grécia x Costa do Marfim - Fortaleza	4	1	60.00	Regular
Jogo 29 - Alemanha x Gana - Fortaleza	2	1	270.00	Regular

Fonte: FIFA

* Tipo de assento.

** Preços cobrados para o público em geral, sem considerar os preços especiais para deficientes e pessoas de mobilidade reduzida, estudantes, idosos ou beneficiários do programa Bolsa-Família, os quais tinham direito a meia entrada em uma quantidade limitada de ingressos disponíveis distribuídas por partida à critério da FIFA.

⁹⁶ Disponível em: <http://idecigestor.ideci.ce.gov.br>. Acesso em 23/02/16.

Quadro 13 – Preços dos ingressos das partidas da Copa do Mundo 2014 por categorias

PARTIDA	CAT 1	CAT 2	CAT 3	CAT 4	CAT 4 (DESCONTADOS)	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
Partida de abertura (Nº 1)	R\$ 990	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 160	R\$ 80	R\$ 440
Fase de grupos (Nº 2 a 48)	R\$ 350	R\$ 270	R\$ 180	R\$ 60	R\$ 30	R\$ 180
Oitavas de final (Nº 49 a 56)	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 220	R\$ 110	R\$ 55	R\$ 220
Quartas de final (Nº 57 a 60)	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 170	R\$ 85	R\$ 330
Semifinais (Nº 61 e 62)	R\$ 1.320	R\$ 880	R\$ 550	R\$ 220	R\$ 110	R\$ 550
Decisão do terceiro lugar (Nº 63)	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 170	R\$ 85	R\$ 330
Final (Nº 64)	R\$ 1.980	R\$ 1.320	R\$ 880	R\$ 330	R\$ 165	R\$ 880

Fonte: disponível em <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/ingressos-para-a-copa-do-mundo-custarao-a-partir-de-r-30>. Acesso em 12/12/14.

Os valores cobrados variavam dos mais baixos (de R\$ 30,00 a R\$ 165,00), voltados para beneficiários do programa bolsa família⁹⁷, idosos e estudantes, aos mais altos, para áreas VIP's (de R\$ 350,00 a R\$ 1.980,00). Na fase de grupos, com exceção da partida de abertura (cujos ingressos variavam de R\$ 80,00 a R\$ 990,00), os preços se davam de R\$ 30,00 até R\$ 350,00. Nas fases seguintes os valores iam crescendo à medida da proximidade das finais: nas oitavas (entre R\$ 55 e R\$ 440); nas quartas (de R\$ 85 a R\$ 660) e nas semifinais (de R\$ 110 a R\$ 1.320) e na final (de R\$ 165,00 a R\$ 1.980,00). A partida que decidiria o terceiro lugar ficou com ingressos que iam de R\$ 85,00 a R\$ 660,00.

Entre as opções de compra de ingressos havia a possibilidade de adquirir carnês de entradas para acompanhar uma seleção específica, ou seja, se o torcedor optasse por acompanhar a seleção de seu país ou de sua preferência, poderia comprar todos os ingressos de uma vez e à medida que este selecionado fosse avançando na competição o torcedor já teria assegurado os bilhetes para as partidas que o seu time viesse a disputar. Os valores desta categoria de venda variaram de R\$ 440,00 a R\$ 3350,00 (preços de carnês por seleção específica) (Quadro 14). No caso do selecionado ser o Brasil ou outro país que participasse do jogo de abertura que inclui ingressos

⁹⁷ É um programa de transferência de renda direta da União, direcionado às famílias classificadas pelo Governo Federal em situação de pobreza (com renda mensal por pessoa de R\$ 60,01 a R\$ 120,00) e de extrema pobreza (com renda mensal por pessoa de até R\$ 60,00) em todo o País, de modo que consigam superar a situação de vulnerabilidade e pobreza. As famílias participam do programa desde que tenham na sua composição gestantes e crianças ou adolescentes (de 0 a 17 anos).

mais caros (no caso foi a seleção da Croácia), os carnês variaram de R\$ 594 a R\$ 5996 (QUADRO 15).

Quadro 14 - Preços de Carnês de Ingressos por Seleção Específica (CISEL)

CISEL	Número máximo de ingressos	PREÇO POR CISEL				NÚMERO DE PARTIDAS				
		CAT 1	CAT 2	CAT 3	DEF	GRUPOS	OITAVAS	QUARTAS	SEMIFINAIS	FINAL
CISEL-3	3	\$930	\$660	\$440	\$440	3	0	0	0	0
CISEL-4	4	\$1.172	\$842	\$561	\$561	3	1	0	0	0
CISEL-5	5	\$1.535	\$1.084	\$743	\$743	3	1	1	0	0
CISEL-6	6	\$2.261	\$1.568	\$1.045	\$1.045	3	1	1	1	0
CISEL-7	7	\$3.350	\$2.294	\$1.529	\$1.529	3	1	1	1	1

Fonte: Portal Copa 2014

Quadro 15 - Preços de Carnês de Ingresso por Seleção Específica - CISEL (Brasil ou outra seleção que participou da abertura)

CISEL	Número máximo de ingressos	PREÇO POR CISEL				NÚMERO DE PARTIDAS				
		CAT 1	CAT 2	CAT 3	DEF	GRUPOS	OITAVAS	QUARTAS	SEMIFINAIS	FINAL
CISEL-3	3	R\$ 1.156	R\$ 892	R\$ 594	R\$ 594	3	0	0	0	0
CISEL-4	4	R\$ 1.640	R\$ 1.254	R\$ 836	R\$ 836	3	1	0	0	0
CISEL-5	5	R\$ 2.366	R\$ 1.738	R\$ 1.200	R\$ 1.200	3	1	1	0	0
CISEL-6	6	R\$ 3.818	R\$ 2.706	R\$ 1.804	R\$ 1.804	3	1	1	1	0
CISEL-7	7	R\$ 5.996	R\$ 4.158	R\$ 2.772	R\$ 2.772	3	1	1	1	1

Fonte: Portal Copa 2014

Uma última opção era a compra de carnês de ingressos por cidade-sede, de acordo com os jogos definidos por sorteios em cada uma. Os valores variavam a partir da quantidade de partidas sediadas, o que resultava em carnês que custavam de R\$ 120 (para beneficiários do bolsa família e idosos) até R\$ 2500 (QUADRO 16). No caso de Fortaleza, que sediou seis partidas, os carnês variaram entre R\$ 175,00 (para a categoria com o desconto máximo) e R\$ 1840,00.

Quadro 16 - Preços de carnês de sede específica

ESTÁDIO	PREÇOS POR CISE						NÚMERO DE PARTIDAS		
	CAT 1	CAT 2	CAT 3	CAT 4	CAT 4 (DESCONTADOS)	DEF	GRUPOS	OITAVAS	3º LUGAR
Belo Horizonte	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
Brasília	R\$ 2.500	R\$ 1.850	R\$ 1.270	R\$ 520	R\$ 260	R\$ 1.270	4	1	1
Cuiabá	R\$ 1.400	R\$ 1.080	R\$ 720	R\$ 240	R\$ 120	R\$ 720	4	0	0
Curitiba	R\$ 1.400	R\$ 1.080	R\$ 720	R\$ 240	R\$ 120	R\$ 720	4	0	0
Fortaleza	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
Manaus	R\$ 1.400	R\$ 1.080	R\$ 720	R\$ 240	R\$ 120	R\$ 720	4	0	0
Natal	R\$ 1.400	R\$ 1.080	R\$ 720	R\$ 240	R\$ 120	R\$ 720	4	0	0
Porto Alegre	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
Recife	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
Rio de Janeiro	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
Salvador	R\$ 1.840	R\$ 1.410	R\$ 940	R\$ 350	R\$ 175	R\$ 940	4	1	0
São Paulo	R\$ 1.490	R\$ 1.140	R\$ 760	R\$ 290	R\$ 145	R\$ 760	3	1	0

Fonte: Portal Copa 2014

No dia 12/03 adquiri, através da compra *on line* com cartão de crédito pelo site da FIFA, ingressos para os dois primeiros jogos (Uruguai X Costa Rica e Grécia x Costa do Marfim) que foram objeto de observação desta pesquisa. Pelo fato de serem partidas que envolviam seleções de menor expressão do cenário global do futebol (excetuando-se o selecionado uruguaio) e, portanto, com menor demanda, foi uma tarefa relativamente rápida e fácil, visto que já se havia constatado a não existência de bilhetes remanescentes para a partida da seleção brasileira em Fortaleza. Ao longo do mês de maio foi divulgada a venda relâmpago de mais alguns bilhetes de partidas na Arena Castelão e mais uma vez tentei o ingresso do jogo do Brasil, tendo de novo falhado. Restou daí a opção de assistir a partida da seleção alemã contra a de Gana no dia 27 de junho.

No dia 01/06 ocorreu a retirada dos três ingressos comprados pela internet no ponto de distribuição de ingressos da Copa em Fortaleza. Este era o Centro de Eventos e, diferentemente do que foi constatado no mesmo processo durante a Copa das Confederações em 2013, não havia filas, mas sim, um espaço muito amplo para vendas, com pouca gente indo em busca de ingressos no dia. Era à tarde, por volta das 15h e todo o procedimento não durou nem 15min. Apesar de notícias em outras sedes de filas para a retirada dos bilhetes, esta não pareceu ser uma tônica do contexto do Mundial em Fortaleza.

4.7. Fortaleza se abre ao mundo: o pré-jogo e os jogos de encontros no Mundial

Nos últimos dias de preparação para Copa, Fortaleza vivia um “clima de anfitrião”, com a limpeza pública sendo reforçada no entorno do Castelão e da *Fifa Fan Fest* (que se situou no Aterro da Praia de Iracema, local já tradicional de eventos públicos da cidade). O contingente de policiais aumentou a partir da presença de homens da Força Nacional de Segurança e policiais militares e civis treinados. Além disso, *banners* e placas exibiam nas principais avenidas ligadas ao fluxo turístico e de direcionamento à Arena Castelão o lema “Fortaleza Cidade da Alegria”.

Diversas reportagens na TV retratavam, durante o período da Copa, a alegria da recepção do cearense aos estrangeiros e colocavam como tônica das matérias a “natural vocação hospitaleira” dos fortalezenses para com os visitantes e a sempre amistosa integração global a partir disto. Os palcos desta integração eram, sobretudo, a Arena *Fifa Fan Fest*, na Praia de Iracema, a Av. Beira Mar (local de grande parte da rede hoteleira da cidade), a Arena Castelão e as praias de Fortaleza.

Todo este clima “hospitaleiro” com visitantes e a busca por integrar-se ao mundo se dava a despeito do crescimento de denúncias de crimes de exploração sexual de crianças e adolescentes e aliciamento para prostituição⁹⁸. Além disso, mendicância e assaltos a estrangeiros também foram registrados. Este clima foi bem retratado na reportagem de 25/06/14 de Rubem Berta do jornal *O Globo*, intitulada “Em Fortaleza, a história do menino invisível que sonha em ser turista”⁹⁹. Nesta reportagem o jornalista relata ter conhecido um menino expulso aos tapas da entrada de um hotel na orla da capital cearense e que afirmou ter o sonho de ser turista, porque, segundo ele, é quem vive bem e sabe falar outras línguas. Aqui se visualiza o símbolo de *status* e poder simbólico (Bourdieu) que configura o posto de turista em Fortaleza, uma vez que este se mostra como o foco de convergência da estruturação de uma política urbana.

⁹⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/06/ongs-denunciam-aumento-da-exploracao-sexual-no-ceara.html>. Acesso em 24/09/16.

⁹⁹ Disponível em: oglobo.globo.com/brasil/em-fortaleza-historia-invisivel-do-menino-que-sonha-em-ser-turista-13009622. Acesso em 24/02/16.

Este aspecto da Copa em Fortaleza, de conferir prioridade à construção de uma imagem positiva da Cidade, em detrimento da resolução dos seus urgentes problemas sociais, foi reforçado pelas denúncias do Centro Nacional de Defesa dos Direitos Humanos da População em Situação de Rua e Catadores de Materiais Recicláveis (CNDDH)¹⁰⁰ da ação de “higienização” dos espaços centrais de Fortaleza, onde indivíduos em situação de rua estariam sendo recolhidos forçadamente a abrigos públicos. Segundo esta entidade, a ação teria começado já na Copa das Confederações em 2013 e continuado até o Mundial em 2014.

Treinos

O treinos das seleções que vieram jogar em Fortaleza devem ser vistos como um ponto importante da infraestrutura do Mundial. Afora a disputa por se tornar cidade-sede dos jogos, a busca em sediar o centro de treinamentos de um selecionado se configurou como um “prêmio de consolação” para outras capitais e cidades menores que não abrigaram partidas do Mundial. Neste sentido, no contexto cearense houve a tentativa por parte da Secretaria estadual da Copa em tornar alguma cidade da região metropolitana de Fortaleza como sede de seleções do Mundial, no entanto, isto não se concretizou. O que houve em Fortaleza foram treinamentos de reconhecimento do gramado do Castelão (evento obrigatório da competição) e alguns treinos realizados, ou no Estádio Presidente Vargas (PV), ou no centro de treinamentos da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), locais escolhidos pela FIFA para este fim.

O estádio da Universidade de Fortaleza, segundo a Coordenação de Esportes da instituição de ensino, assim como o PV, passou por poucos reparos para a disputa do Mundial, pois estes já haviam sido locais de treinamentos de seleções na Copa das Confederações. Na UNIFOR treinaram, na primeira fase, as seleções da Costa Rica, México, Gana e Costa do Marfim.

¹⁰⁰ Disponível em

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2013/06/27/noticiasjornalcotidiano,3081619/defensoria-investiga-denuncia-de-higienizacao-de-moradores-de-rua.shtml>. Acesso em 24/02/16.

Já no estádio Presidente Vargas, a preparação foi feita por Brasil, Alemanha, Grécia e Uruguai. Note-se os tipos de intervenções realizadas na UNIFOR:

Na Copa das Confederações, todas as exigências da FIFA foram cumpridas, como a ampliação do campo e da área livre para saída dos jogadores, melhorias na iluminação e Wi-fi para a imprensa. Foi muito mais fácil agora. Apenas ajustamos o campo às novas solicitações”, disse o coordenador [de esportes da UNIFOR] Carlos Augusto de Souza Costa. (Disponível em <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/campos-de-treinamento-de-fortaleza-prontos-para-receber-selecoes>. Acesso em 12/12/14).

Assim como na Copa das Confederações, um grande público compareceu aos treinos da seleção brasileira em Fortaleza. No dia 16 de junho de 2014 várias pessoas esperavam em frente ao Castelão para saudar os jogadores (FIGURA 40), também na esperança de que parte do treino fosse aberto ao público, o que não ocorreu. No dia 3 de julho de 2014, no treino preparatório para o confronto das quartas de final entre Brasil e Colômbia (FIGURA 41), cerca de 5 mil pessoas compareceram na tarde daquele dia para tentar vislumbrar alguns instantes do selecionado brasileiro em terras cearenses. No entanto, somente os jornalistas puderam entrar para conferir poucos minutos do treinamento.

Figura 40 – Torcida frente ao Castelão no treino da seleção brasileira em 16/06/14



Fonte: <http://fotospublicas.com/copa-mundo-fifa-2014/selecao-brasileira-realiza-treino-de-reconhecimento-na-arena-castelao-em-fortaleza/>. Acesso em 12/12/14.

Figura 41 – Torcida frente ao PV no treino da seleção brasileira em 03/07/14



Fonte: Disponível em: <http://copadomundo.ig.com.br/2014-07-03/torcida-lota-arredores-do-presidente-vargas-para-ver-a-selecao-brasileira.html>. Acesso em 12/12/14.

Fifa Fan Fests

Já nos *Fifa Fan Fests* (FIGURAS 42 e 43) pude constatar uma outra dinâmica, parecida com uma pista de dança ou um grande bar à céu aberto, onde os torcedores vão para exaltar a sua nacionalidade, assistir aos jogos, comer, beber e apreciar *shows* musicais gratuitos patrocinados pela prefeitura, FIFA e empresas apoiadoras. Além destas atividades, era possível percorrer alguns *stands* promocionais de patrocinadores do evento onde ocorriam atividades recreativas, tais como a disputa de partidas de futebol em *video games*, a utilização de brinquedos típicos de parque de diversões (FIGURA 44) e desafios que incluíam chutes ao alvo, com o distribuição de brindes para os vencedores. Promovendo a marca das empresas patrocinadoras, o espaço se caracterizou por ser uma grande área de convivência dos torcedores que se direcionaram à cidade, atingindo o máximo de 72 mil pessoas¹⁰¹ no dia 29 de junho, quando da transmissão da partida entre Brasil e Chile pelas oitavas-de-final da competição no Aterro da Praia de Iracema.

¹⁰¹ Disponível em: <http://varelanoticias.com.br/leo-santana-rasga-camisa-e-canta-para-72-mil-pessoas-na-fan-fest-de-fortaleza/>. Acesso em 24/09/16.

Figura 42 - Entrada da Fan Fest Fortaleza



Foto: Leonardo Vasconcelos

Figura 43 - Telão e área da torcida da Fan Fest Fortaleza



Foto: Leonardo Vasconcelos

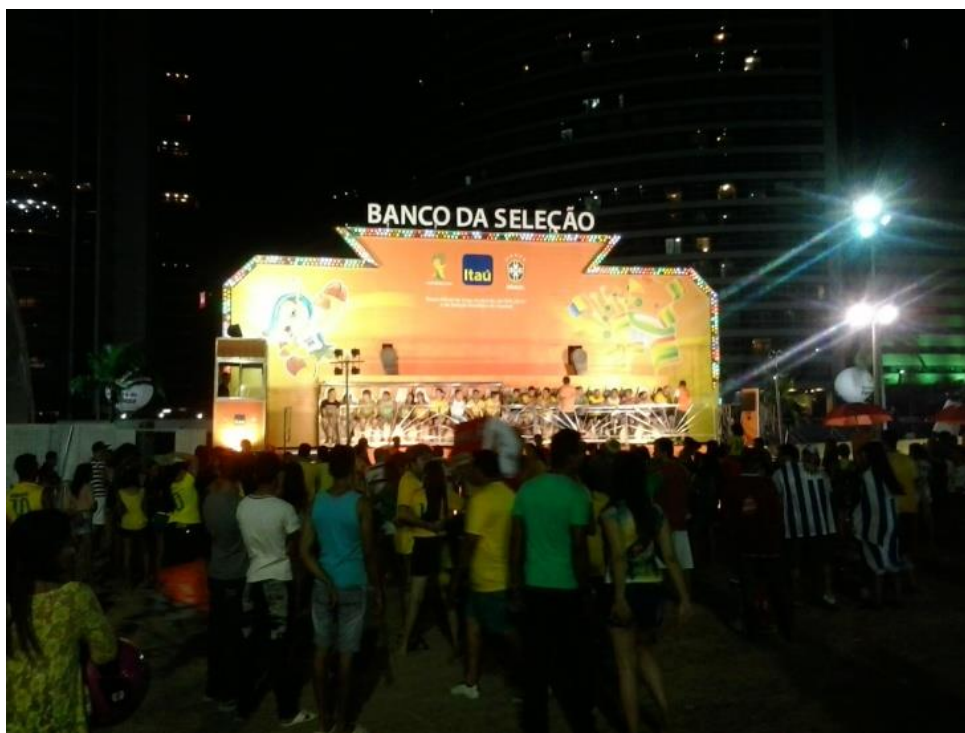
Figura 44 - Área de patrocinadores da *Fan Fest* Fortaleza

Foto: Leonardo Vasconcelos

O espaço possuía uma ala VIP e duas grandes praças de alimentação, além dos quiosques de patrocinadores do evento, tendo também um *stand* da Prefeitura de Fortaleza, destinado a prestar informações e um sistema de achados e perdidos. Durante os shows, as camisas das seleções eram carta de apresentação para abordagem de paqueras e interações entre torcedores sejam brasileiros ou estrangeiros. Já durante a transmissão das partidas, a exemplo de uma grande arquibancada, a dinâmica das amigadas de 90 minutos se repetia e a escolha de um selecionado de preferência era uma marca da torcida brasileira quando não se tratava de jogos do Brasil.

A cada lance e cada chance de gol a dramaticidade das partidas ia dando o tom das tensões expressas nos rostos dos torcedores presentes, como se, de fato, estivessem vivenciando a experiência do estádio. Contudo, a rivalidade durante as partidas, até onde pude perceber com as observações e com os registros da imprensa, não desembocou em tumultos ou agressões entre os torcedores nestes espaços, fato que se coloca como muito mais recorrente em rivalidades clubísticas do que entre seleções.

As Manifestações frustradas e a chegada ao estádio

Diferente do que ocorreu nos dias de jogos da Copa das Confederações em 2013 em Fortaleza, as articulações para que houvesse manifestações durante os jogos do Mundial foram muito menos intensas. A exemplo de 2013 a mobilização surgiu das redes sociais, em especial da página do coletivo + *Pão - Circo*, no entanto, a que obteve maior destaque ocorreu, principalmente, no dia do jogo do Brasil em 17 de julho, quando 300 pessoas bloquearam a Av. Alberto Craveiro, em frente ao supermercado atacadista Makro. Este contingente era um público muito inferior ao da manifestação realizada em 19 de junho de 2013 na capital cearense, quando cerca de 50 mil pessoas se fizeram presentes no mesmo local, protestando contra os gastos realizados durante a Copa no Brasil.

O que foi possível constatar na ocasião em 2014 foi um forte contingente repressivo, com a presença de helicópteros, cavalaria e homens do batalhão de choque e de várias divisões da polícia preparados para uma "operação de guerra" contra três centenas de pessoas que bradavam palavras de ordem, mais ou menos a uns 5 km do estádio (FIGURA 45). Na ocasião foram detidas 30 pessoas (11 adolescentes e 19 adultos)¹⁰² acusadas de vandalismo.

Em outras partidas do Mundial em Fortaleza não foram realizadas manifestações com maior contingente de pessoas e a "operação de guerra" montada para a Copa não foi posta à prova aos moldes do que aconteceu com as manifestações de 2013. Por outro lado, as obras prontas ou inacabadas, as certezas ou incertezas do Mundial de Futebol em Fortaleza e toda a logística do evento para o dia de jogo já haviam sido postas à prova com a partida entre Uruguai e Costa Rica no dia 14 de junho de 2014. A ida a esta partida, que inaugurava a condição da Capital como sede de uma Copa, foi objeto de observação desta pesquisa e a experiência em campo mostrou-se totalmente diversa de uma partida normal de campeonatos cearenses ou brasileiros no Castelão.

¹⁰² Disponível em: <http://www.jornalcruzeiro.com.br/materia/553125/protesto-em-fortaleza-tem-pelo-menos-30-detidos>. Acesso em 24/09/16.

Figura 45 - Manifestantes na Av. Alberto Craveiro em 17 de julho de 2014



Foto: Leonardo Vasconcelos

Esta diferença inicia-se no esquema montado para a chegada ao estádio. O decreto de feriado nos dias de jogos da Copa em Fortaleza feito pela Prefeitura Municipal oficializava a mobilização do poder público para os dias de jogos, além de ter o objetivo de contribuir para um trânsito mais fluido na Cidade. No Mapa 2 em anexo é possível visualizar os pontos de onde saíram na cidade os ônibus especiais colocados pela Prefeitura à disposição de torcedores com ingresso para chegarem ao Castelão.

Tendo em vista que eu havia comprado o ingresso para esta primeira partida do Mundial em Fortaleza, utilizei o esquema municipal de acesso aos jogos da Copa, inicialmente, indo de carro até o Shopping Parangaba, distante cerca de 6 km da Arena Castelão. O referido centro comercial era um dos 14 pontos de onde saíam ônibus gratuito com torcedores ao estádio Castelão.

Ao procurar o ponto de ônibus foi possível comprovar que a espera era bem diferente do normal em Fortaleza. Após ter perdido um primeiro ônibus que saíra logo que eu havia chegado no ponto de espera, em somente 10 minutos outro ônibus chegou, me levando junto com cerca de 30 pessoas até o entorno do Castelão, mais precisamente a Av. Heróis do Acre, distante 2 km do

estádio. Interessante que não foi preciso apresentar no ônibus nenhum ingresso comprovando que, de fato, o destino era o jogo. Contudo, logo na chegada a Av. Heróis do Acre, verifiquei um forte esquema de segurança, com homens da Força Nacional de Segurança (FIGURA 46) que faziam abordagens seletivas, buscando identificar quem tinha ou não ingresso para entrar na área FIFA no início da caminhada a pé rumo ao estádio.

O clima era um pouco tenso, pois a presença ostensiva da polícia com helicópteros e cavalaria montada passava a impressão de um estado de sítio para uma ocasião que tinha mais a ver com entretenimento. Em contraste com este clima de tensão na chegada, havia uma tenda no princípio do trajeto ao estádio onde se apresentava um trio de forró recepcionando quem chegava para a partida, ao lado da guarda montada no início do trajeto. O percurso feito a pé exigia fisicamente do torcedor, uma vez que este, por vezes, se dava em horários de sol à pino (entre 12h e 16h). Contudo, ao longo da competição e da participação nos jogos que se seguiram, foi constatado que esta caminhada tinha a opção de ser feita através de "caronas" em bicicletas que os moradores do entorno do Castelão ofertavam ao custo de R\$ 10 por viagem e se transformava numa alternativa de renda para aqueles moradores (FIGURA 47).

Figura 46 - Segurança no acesso ao Castelão durante os jogos da Copa 2014



Foto: Leonardo Vasconcelos

Figura 47 - "Carona" de bicicleta ofertada por moradores próximos do acesso ao Castelão durante a Copa 2014 em Fortaleza



Disponível em: <http://www.superesportes.com.br/app/18,625/2014/06/24/interna-noticia,30859/carona-em-bicicletas-vira-negocio-perto-do-castelao-durante-a-copa-do-mundo.shtml>. Acesso em: 24/09/16.

Ao longo do trajeto, o clima de integração global já se fazia presente ao se ouvir conversas de torcedores em diferentes línguas, como espanhol, inglês, alemão etc. Brincadeiras são feitas entre torcedores a partir da camisa que este veste e, mais uma vez se deu a impressão de que a camisa de uma seleção se transformou na Copa em carta de apresentação para contatos efêmeros entre os torcedores presentes no estádio ou na *Fifa Fan Fest*.

Por outro lado, tal integração global se dava com somente uma parte das pessoas presentes neste percurso de chegada aos jogos. Tal reconhecimento mútuo não se dava com outros personagens como catadores e pedintes, os quais se colocavam como "agentes invisíveis" ou do contrauso do espaço, já que estes não compunham a imagem da capital cearense construída pelos órgãos oficiais para o mundo. Tal cenário de invisibilização destes grupos sociais foi representada na fotografia captada pelo Edimar Francisco Soares do Jornal O Povo (FIGURA 48), onde uma catadora de materiais recicláveis recolhe garrafas plásticas em lixeiras no percurso do Castelão, enquanto os torcedores se dirigiam ao estádio.

FIGURA 48 - Catadora de materiais recicláveis no percurso para o estádio Castelão



Fonte: http://imgs.opovo.com.br/app/noticia_132346504881/2014/11/12/3346914/Foto-edimar-soares-copa-das-confederacoes-fortaleza.jpg

Havia vendedores ambulantes cadastrados ao longo do percurso e a diferença de preço dos seus produtos era absurda em comparação aos valores praticados no interior do estádio. As vendas, pela Lei Geral da Copa, eram permitidas somente para vendedores cadastrados, mas não foi isto que se viu. Como se discutirá no próximo tópico, a presença de ambulantes acabou sendo uma marca da burla à legislação da Copa e a venda de cervejas não patrocinadoras do evento no trajeto ao estádio era feita entre R\$ 3 e R\$ 5. Já no Castelão, as bebidas das patrocinadoras do Mundial (Budweiser e Brahma) custavam de R\$ 10 a R\$ 13.

Ao subir a rampa de acesso ao Castelão, 20 minutos antes do início da partida, foi constatada uma grande fila para a entrada na área do estádio. Este ingresso era controlado por esteiras com detectores de metais onde nenhum produto que não fosse dos patrocinadores do evento entraria, excetuando-se bandeiras. Cornetas, apitos e até camisetas com mensagens políticas eram impedimento para a entrada e deveriam ser deixados nesta área e, por vezes, segundo relatos de alguns torcedores, não eram recuperados ou não eram buscados pelos que lá os deixavam.

Na área de entrada do estádio havia vários *stands* de patrocinadores (FIGURA 49) do evento. Quiosques de venda de cervejas, divulgação de

bancos, de outros patrocinadores e lojas com venda de produtos FIFA eram uma marca da paisagem. No entanto, como estava a poucos minutos do início da partida, pelo tempo perdido na fila de entrada (cerca de 15 minutos), adentrei no estádio, deixando a visita a estes locais para depois do jogo.

Figura 49 - Entorno da Arena Castelão em dia de jogo de Copa



Foto: Leonardo Vasconcelos

4.8. Cambistas e ambulantes: táticas e imagens

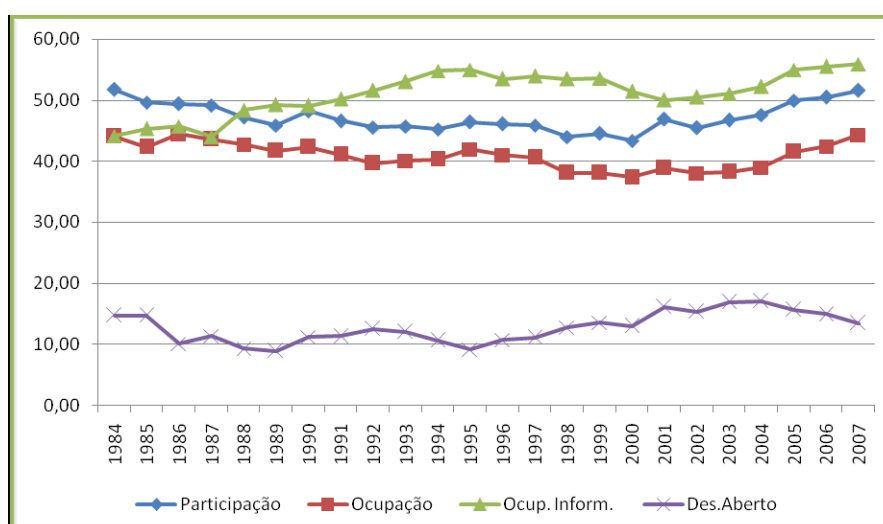
Para além dos espaços oficiais da Copa, os quais contavam com forte aparato do Estado para a defesa dos interesses comerciais da FIFA e da segurança do evento Copa (em especial contra possíveis manifestações), é preciso destacar que houve práticas que escaparam a este controle. Apesar dos instrumentos jurídicos e policiais, estas formas de atuação, dadas através de táticas (CERTEAU, 1998) ou contrausos (LEITE, 2004), tornaram possível a subversão do estado de exceção montado para o Mundial com a Lei 12.663/2012 (Lei Geral da Copa) e trouxeram um pouco do que é comum à capital cearense em dias de jogos e festas cotidianas na Cidade.

Entre estas táticas mais comuns, o comércio informal realizado por ambulantes foi a forma mais visível de subversão da Lei Geral da Copa, sendo possível observar a presença ostensiva destes comerciantes não cadastrados

vendendo produtos como camisas não oficiais de seleções e outros produtos que levavam a marca da Copa sem a chancela da FIFA nos principais cruzamentos da cidade, no Mercado Central de Fortaleza e na Feira da rua José Avelino, além da venda de bebidas de empresas não patrocinadoras do evento nos arredores (em distâncias inferiores a dois quilômetros) dos dois principais espaços da FIFA em Fortaleza: a Arena Castelão e a *FIFA Fan Fest*, o que não era permitido pela Lei.

Vale ressaltar que em estudo do SINE/IDT¹⁰³ em 2008 - Gráfico 3 afirma-se que em Fortaleza o grau de informalidade da economia local ultrapassava naquele período os 50% da População Economicamente Ativa (PEA), chegando a 55,9% deste grupo. Denota-se daí a informalidade como uma das principais alternativas de sobrevivência econômica na capital cearense e, por isto, um setor que o poder público tem dificuldades em controlar e regulamentar pelo grande contingente de trabalhadores inseridos. Em âmbito nacional, é importante destacar o estudo do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) (TABELA 15) que demonstra que, mesmo com decréscimo recente da informalidade, incentivado pelo surgimento de políticas de formalização como a do Microempreendedor Individual¹⁰⁴, a informalidade nas áreas metropolitanas brasileiras ainda é considerável, chegando em 2014 à 38,8% da PEA.

Gráfico 3 - Evolução dos Indicadores do Mercado de Trabalho – Fortaleza – 1984 - 2007



Fonte: SINE/IDT (2008)

¹⁰³ Sistema Nacional de Empregos e Instituto de Desenvolvimento do Trabalho.

¹⁰⁴ O Micro empreendedor Individual é uma personalidade jurídica atribuída a autônomos ou profissionais liberais com faturamento de até R\$ 36.000,00 anuais, voltado a incentivar a formalização de profissionais ligados a economia informal.

Tabela 15 - Grau de informalidade nas áreas metropolitanas brasileiras

Data	Grau de informalidade - áreas metropolitanas
1992	40,6
1993	41,5
1994	-
1995	43,7
1996	44,7
1997	44,9
1998	45,6
1999	47,8
2000	-
2001	48,5
2002	49,1
2003	48,2
2004	47,8
2005	47,6
2006	46,2
2007	45,4
2008	44,0
2009	42,8
2010	-
2011	38,6
2012	38,1
2013	37,7
2014	38,8

Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) .

Neste sentido, o comércio informal em Fortaleza se valeu do tema Copa do Mundo e do incremento na presença de visitantes à cidade para a dinamização das vendas, sendo tal prática noticiada inclusive na mídia internacional que cobria o evento na Cidade. Este foi o caso da matéria intitulada "*World Cup 2014: Brazil passion burns brightly in Fortaleza*"¹⁰⁵ do jornal britânico *The Telegraph* (2014). Este destaca que na capital cearense, mesmo uma batida de cinco carros na orla da Cidade, o que causava um grande engarrafamento, era uma oportunidade para um vendedor ambulante oferecer uma camisa de uma seleção da Copa, ironizando ao final: "tudo que você precisa quando bate um carro é uma camiseta da seleção de Gana"¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Em uma tradução livre algo como: "Copa do Mundo 2014: a paixão do Brasil brilha mais em Fortaleza".

¹⁰⁶ Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/sport/football/world-cup/10900001/World-Cup-2014-Brazil-passion-burns-brightly-in-Fortaleza.html>. Acesso em 01/05/16.

No *Fifa Fan Fest*, apesar do grande contingente de seguranças e policiais ali presentes, havia ambulantes vendendo cervejas "não oficiais" da Copa, camisetas "piratas" e toda sorte de *souvenirs* às portas do espaço oficial da FIFA, tudo com preços mais acessíveis do que os praticados pelos patrocinadores da competição (FIGURA 50). Se uma cerveja, seja no Castelão ou no interior do *Fifa Fan Fest* era vendida a R\$ 10 ou R\$ 13, nos ambulantes esta custava de R\$ 3 a R\$ 5. Ocorria que, muitas vezes, uma parcela de torcedores que iam a estes espaços preferiam entrar nas áreas cercadas somente no início das partidas, consumindo dos ambulantes antes de assistirem aos jogos.

Figura 50 - Vendedora ambulante no calçadão em frente à *Fifa Fan Fest* na Praia de Iracema



Disponível em: <http://pt.rfi.fr/esportes/20140704-torcedores-da-colombia-e-brasil-fazem-festa-antes-da-partida-em-fortaleza>. Acesso em 01/05/16.

Já no Castelão, a presença de ambulantes (FIGURA 51) se dava de forma até mais ostensiva e o comércio informal seguiu a prática do pré-jogo típico das partidas do estádio em competições locais. A presença ilegal de ambulantes somava-se a existência de outros dois personagens que também subvertiam a Lei Geral da Copa: os "sem ingressos" e os cambistas. Estes, momentos antes das partidas, buscavam a comercialização de ingressos no entorno da Arena Castelão, sendo ambas as práticas proibidas pela Lei Geral da Copa e realizadas a despeito do forte contingente policial, o qual parecia se preocupar muito mais com a possibilidade da insurgência de manifestações

políticas do que estes delitos previstos no instrumento jurídico que regulava o Mundial no Brasil.

Figura 51 - Vendedor ambulante no calçadão em frente à Arena Castelão em Fortaleza



Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebol/copa-2014/ambulantes-e-sem-ingressos-circulam-na-porta-do-castelao,9c7f7384c9aa6410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html>. Acesso em 01/05/16.

4.9. O Jogo e o pós-jogo

Ao entrar na Arena Castelão para a partida Uruguai e Costa Rica, tem-se a sensação de vivenciar a experiência de um não-lugar (Augé, 1994), um espaço transitório, onde não se percebe marcas características de um lugar antropológico, com sua identidade própria, mas sim um nó da teia global. O estádio todo demarcado por *banners* e faixas da Copa poderia ter sido construído em qualquer lugar do mundo. Aquele não era o Castelão típico dos jogos dos campeonatos locais regulares, mas sim, uma arena de um espetáculo global, foco de atenções televisivas e midiáticas.

Na procura pelo assento constatei que a minha cadeira ficava em meio à torcida uruguaia e a conversão em torcedor da "seleção celeste"¹⁰⁷ se tornou "obrigatória", mesmo que não tão apaixonadamente como os outros, ocorrendo à revelia da existência de uma memória nacional da derrota do Brasil pelo Uruguai na final da Copa de 1950¹⁰⁸. Este processo onde não se é mais indivíduo, e sim, parte de uma massa de torcedores, incorporando alegrias e frustrações do que se opera em sua volta, faz com que os torcedores ao lado se tornem, durante 90 minutos, "amigos de infância" ou "companheiros de batalha".

Durante a conversa com uruguaios ao lado sobre o desempenho fraco de sua seleção, dado que esta estava perdendo ao final do primeiro tempo por dois a zero da "zebra" Costa Rica, ensaia-se uma reação de defesa do selecionado uruguaio por parte dos torcedores, afirmando que o sofrimento é a marca da celeste. Uma discussão comparando êxitos futebolísticos brasileiros e uruguaios se inicia à minha volta, exaltando um pouco da rivalidade sul-americana no esporte. No entanto, à medida que a partida se desenrolava os ânimos iam mudando da esperança na redenção para a constatação da derrota por 3 a 1 sofrida no primeiro jogo. Outros brasileiros perdidos em meio à concentração uruguaia ensaiam chacotas e o clima fica um pouco tenso, tendo um quase conflito sido contido pela ostensiva segurança no estádio.

Este clima foi completamente diferente, por exemplo, na partida entre Grécia e Costa do Marfim, realizada no dia 24/06/14, onde a grande maioria eram torcedores brasileiros ávidos pela experiência de vivenciar uma partida do Mundial. Os gregos e marfinenses eram muito poucos em relação aos torcedores locais, os quais trataram de escolher uma ou outra seleção para a torcida.

Já no último jogo que presenciei no interior do estádio, que envolvia as seleções de Alemanha e Gana nas oitavas de final, minha observação se deu em meio à torcida alemã e foi possível constatar o nacionalismo raivoso que emergiu desta torcida. Como uma turba em fúria, foi o jogo onde vi mais cenas de brigas e desrespeito no Mundial em Fortaleza. A cada lance de perigo ou

¹⁰⁷ Referência ao azul da bandeira uruguaia.

¹⁰⁸ O último título em Copas da seleção uruguaia se deu na Copa de 1950 realizada no Brasil e na final a seleção celeste venceu a brasileira por 2 gols a 1, feito celebrado até hoje pelos torcedores uruguaios e lamentado entre os brasileiros.

gol (o jogo foi 2 a 2 no tempo normal, com vitória alemã nos pênaltis), um banho de cerveja era dado por torcedores alemães nos restantes, causando um princípio de distúrbio com brasileiros revoltados com tal atitude. Uma cena que se destacou foi a presença da polícia alemã, devidamente caracterizada com seus uniformes típicos atuando e prendendo estes torcedores que estavam causando a confusão. Tal cena, mais uma vez, ratificou que não se estava mais no Brasil, mas sim, num território global da FIFA ou “Fifalândia”. Neste jogo pude notar que os torcedores alemães são um pouco mais contidos quanto à interação com estrangeiros do que foram, por exemplo, os uruguaios, talvez por conta da barreira do idioma, mais distante do português do que o espanhol, por exemplo.

O momento da dispersão do estádio em Copa é a etapa do alívio das tensões de um jogo, onde uns irão desfrutar o sabor da vitória, e outros, colher as agruras da derrota em Mundial. É o momento também de tensão onde a revolta pela derrota às vezes desemboca em atitudes violentas contidas pela segurança ostensiva do evento. Porém, a marca da saída do estádio Castelão durante os jogos que fui na Copa foi a aflição em ter que pegar uma grande fila para o transporte disponibilizado aos pontos de estacionamento da cidade (MAPA 2 - ANEXOS). Estas chegavam a 200 ou 300 metros de extensão e foi constatado que geravam muitas insatisfações e reclamações dos que ali tiveram que ficar. A espera chegava a cerca de 30 a 40 minutos e os ônibus disponibilizados saíam sempre abarrotados de torcedores que experimentavam um pouco da rotineira falta de conforto do transporte coletivo em Fortaleza.

Além disso, era hora também de, com mais calma, ter a oportunidade de adquirir produtos dos patrocinadores do evento e da FIFA nos *stands* ao redor do estádio. A mascote Fuleco era o ícone estampado em bonés e camisetas à venda e os preços “padrão FIFA” eram a tônica dos *souvenirs* mais baratos, os quais atingiam a marca de R\$ 50,00, selecionando os eleitos que podiam pagar por um “brinde” destes.

CAPÍTULO 5 – DEPOIS DA FESTA: A IMAGEM COMO LEGADO

Após mais de dois anos da realização de um megaevento como uma Copa do Mundo no Brasil, e em especial, em Fortaleza, que, pela primeira vez, recebeu algo do gênero, tem-se condições de identificar os efeitos do Mundial de 2014 na Capital. Estes se deram, seja em função do que foi construído para o evento na Cidade ao longo de sete anos de preparação, ou seja, as obras contidas na Matriz de Responsabilidades, seja, a partir das imagens que o poder público construiu da Cidade no contexto do Mundial. Analisando de que forma se deu o Mundial e como os turistas que vieram à Copa construíram a sua visão sobre Fortaleza, assim como constatando o que, de fato, se incorporou ao cotidiano da Capital, é possível ter noção destes efeitos.

Neste sentido, vale ressaltar, até o mês de setembro de 2016, das obras previstas para o Mundial, somente a Arena Castelão (finalizada em dezembro de 2012) e o Terminal Marítimo de Passageiros (concluído em janeiro de 2015) foram entregues totalmente à Cidade. O uso destes equipamentos será analisado neste capítulo, entretanto, não é possível precisar quais os efeitos urbanísticos de outras obras de mobilidade previstas para o Mundial por estas não estarem finalizadas, assim como não é possível visualizar os efeitos da ampliação do Terminal do Aeroporto Internacional Pinto Martins, também ainda inconcluso. A avaliação geral da presente pesquisa, em linhas gerais, aponta para o fato de que o conjunto destas obras inacabadas, além de centralizar ainda mais investimentos em áreas da Cidade já muito beneficiadas em termos de infraestrutura urbana, ampliam nestas a valorização do espaço urbano já praticada pelo capital privado.

Quanto aos efeitos da Copa em relação ao turismo em Fortaleza, o Mundial na Capital foi uma estratégia do poder público local de incentivo à internacionalização do setor na Cidade. Esta visão está presente nas ações e falas de agentes públicos, em documentos, vídeos, *banners*, *folders*, *posters*, placas, ou seja, no aparato de comunicação criado para o evento, assim como está presente na mídia local como uma forma de reverberação do discurso oficial. Além disto, a prioridade em relação à viabilização do evento, com a conclusão do estádio antes do prazo estabelecido em detrimento da conclusão das obras de mobilidade, por exemplo, revelam que possíveis legados

urbanísticos não foram tão prioritários como a construção de Fortaleza como destino turístico.

A análise da imagem construída pelo poder público junto aos turistas da Copa foi objeto de pesquisa, tanto em nível federal, como estadual. O entendimento dos resultados é importante para a avaliação de quais imagens a organização da Copa no Brasil, e em particular no Ceará, causaram. Os dados extraídos destes levantamentos estão expressos em relatórios oficiais juntamente com os resultados econômicos e políticos da realização da competição, tentando, em geral, justificar os recursos aplicados e apresentando uma imagem de sucesso na maior parte das ações voltadas à Copa no País.

Os relatórios que embasam e serão analisados no presente capítulo são: 1) o *Balanço Final para as Ações da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 (6º Balanço)*, publicado em dezembro de 2014 pelo Ministério dos Esportes, responsável da União pela realização da competição em nível nacional; 2) *Os estudos de demanda turística Internacional e doméstica*, realizados, respectivamente, pela FIPE e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 2014; 3) o *Relatório de Indicadores Turísticos 2015* - Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR); e 4) o documento da Secretaria do Turismo do Estado do Ceará intitulado *Copa do Mundo FIFA 2014: pesquisas de fluxo e de perfil da demanda turística para o Ceará*, também publicado pela SETUR em julho de 2014.

Note-se que tal material é constituído de documentos oficiais que embasam um discurso estatal a respeito do que foi o Mundial no País e no Ceará, ou seja, as imagens que o poder público afirma como consolidadas com a Copa 2014. Como se verá, os resultados oficiais, além de apresentar os investimentos realizados e os não concluídos, tentam demonstrar que a Copa das Confederações de 2013 e o Mundial foi exitoso quanto à promoção da imagem do Brasil e suas cidades-sedes para o mundo, a despeito do discurso contra-hegemônico que surgiu das manifestações existentes em 2013 e 2014 e os contrausos (LEITE, 2004) verificados durante tais eventos.

5.1. A Copa de 2013 e a “Copa das Copas?”

Como se afirmou, a Copa das Confederações é uma competição continental de futebol promovida pela FIFA que serve desde 2009 como uma espécie de evento-teste para a realização da maior competição da FIFA no território que a sediará. Reúne ao todo oito equipes: os campeões das confederações regionais, o campeão da última Copa do Mundo e o país sede da Copa que se seguirá. O torneio contempla uma série de 16 jogos com fase de grupos e eliminatórias.

Na edição realizada no Brasil em 2013, seis cidades abrigaram os jogos da competição: Fortaleza (CE), Recife (PE), Salvador (BA), Brasília (DF), Belo Horizonte (MG) e Rio de Janeiro (RJ). A escolha destas cidades se deu em 2011 e foi influenciada pelo estágio avançado em que se encontrava nestas sedes o cumprimento do cronograma das reformas de estádios e das obras de infraestrutura em geral previstas.

Por ser um evento com menor tradição, a Copa das Confederações atrai, geralmente, um público bem inferior do que o de uma Copa do Mundo, cerca de 25% menor (ERNST; YOUNG, 2010). Mesmo assim, para a FIFA, a edição brasileira do evento foi muito exitosa, atraindo uma média de 50 mil pessoas¹⁰⁹ aos jogos realizados. No entanto, o Banco Central do Brasil (BC) afirma que as despesas dos estrangeiros no país no mês de realização da competição foram 2% inferiores em relação a anos anteriores¹¹⁰. Esta relação talvez se explique, sobretudo, porque o público do evento foi constituído principalmente por brasileiros, divididos entre os moradores dos locais de competição (73,6%) e os que atravessaram o país para assistir aos jogos (23,5%), tendo a presença de somente 2,9% de visitantes estrangeiros, de acordo com dados oficiais do Portal da Copa (2014)¹¹¹. Portanto, a maior parte das divisas econômicas diretamente geradas com a realização da Copa das Confederações 2013 foi oriunda de gastos dos próprios brasileiros motivados pelo torneio.

¹⁰⁹ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,fifa-nao-cita-protestos-em-relatorio-da-copa-das-confederacoes,1166642,0.htm>. Acesso em 14/05/14.

¹¹⁰ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/copa-das-confederacoes-nao-aumentou-turismo-no-brasil-em-junho-9139844>> Acesso em 14/05/2014.

¹¹¹ Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-das-confederacoes-cerca-de-73-dos-ingressos-foram-vendidos-para-moradores-das-cidades-0>. Acesso em 15/05/14.

Este fato, apontado pelo próprio Governo Federal, liga-se ao dado revelado em abril de 2014 pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIFE de que foram cerca de R\$ 20 bilhões movimentados durante o período da competição, resultado de R\$ 11 bilhões originários dos gastos de turistas e dos Comitês Organizadores Locais (COLs) e R\$ 9,7 bilhões de incremento no PIB por esta movimentação de recursos¹¹².

Segundo o levantamento realizado pela Câmara Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) e a SPC Brasil (2013)¹¹³, que entrevistou torcedores nas saídas de todos os locais de jogos, o interesse e disposição do brasileiro em relação ao evento e a movimentação de recursos se deu por este ser um evento internacional de grande porte - esta foi a resposta dada por 40% dos 625 entrevistados. Este dado denota que parte dos brasileiros enxerga na dimensão do evento uma oportunidade que deva ser valorizada, em especial, com sua presença aos jogos na "vitrine mundial" que é a competição. Entretanto, como se verá no capítulo quarto, tal característica foi encarada por outra parcela da população como oportunidade de denúncia da situação socialmente desigual no Brasil. Isto foi o que se observou nas diversas manifestações que tomaram o território brasileiro em junho de 2013 (CASTELLS, 2013).

Por outro lado, como forma de resposta governamental às tensões políticas existentes na Copa das Confederações em 2013, o *slogan* "Copa das Copas" foi amplamente difundido pelo governo federal em suas campanhas publicitárias relacionadas ao Mundial. Isto se deu porque, além das manifestações em 2013, meses antes do evento, algumas páginas de redes sociais via *internet* difundiram nas mídias sociais a *hashtag* #naovaitercopa. Apesar disto, a realização de uma Copa no País se deu e, como será visto no último capítulo, um dos aspectos mais exaltados pelos turistas estrangeiros ou brasileiros em suas visitas às cidades-sede, de acordo com o Ministério dos Esportes (2014), foi o aspecto "humano". Em tal assertiva está implícita a

¹¹² Disponível em <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-das-confederacoes-rendeu-r-97-bilhoes-ao-pib-brasileiro>. Acesso em 20/02/16

¹¹³ Disponível em: <http://pt.slideshare.net/spcbrasil/spc-brasil-analisecopaconfederacoesconsumidorvdoc>. Acesso em 20/02/16.

avaliação positiva a respeito da interação dos visitantes com os habitantes das cidades-sede em geral.

As grandes manifestações prometidas para a competição, aos moldes de junho de 2013, não ocorreram, em parte pela "operação de guerra" montada pelo Governo Federal, que coibia com força maior que em 2013 a realização de atos políticos, em parte também, pela dispersão que o movimento do ano anterior sofreu após o atendimento de algumas demandas pelo poder público. Além destas questões, há o histórico envolvimento emocional da população brasileira com uma Copa em si.

Dentro de campo o evento foi marcado por uma Copa de muitos gols (171 a todo, o maior número da história das Copas, junto com o Mundial da França de 1998), obtendo a média de 2,67 gols por partida, o que, por si só, contribuiu para a atratividade da competição em relação ao público em geral. O total de pagantes nos estádios, segundo dados do Ministério do Esporte, foi de 3,43 milhões de pessoas nas 64 partidas realizadas no campeonato, alcançando a segunda maior média de público da história da competição (53.592 pessoas por jogo¹¹⁴), ficando atrás da média da Copa de 1994, realizada nos EUA, onde, em geral os estádios possuíam capacidade bem maior que a das arenas brasileiras. Somente um terço do total dos 11 milhões de pedidos de ingressos para a competição foi vendido. Isto se deu porque, para a aquisição de entradas às partidas mais disputadas, houve a realização de sorteios do direito de compra entre os solicitantes.

Para aqueles que não conseguiram os ingressos para os jogos, a FIFA, juntamente com as prefeituras das cidades-sede, organizam desde 2006 na Copa da Alemanha, eventos que são os *FIFA Fan Fests*, os quais buscam aproveitar tal público em espaços de acesso gratuito onde os jogos são transmitidos em telões e abrigam *stands* dos patrocinadores da competição no país, transformando-se em mais um espaço vendido a patrocinadores tendo em vista a Copa realizada.

Nas primeiras *Fan Fests*, realizadas em 2006 pela FIFA na Alemanha, obteve-se a marca de 18 milhões de pessoas de público presente. Na África do

¹¹⁴ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/copa/2014/copa-tem-segunda-melhor-media-de-publico-da-historia-eauyjqh0y24wobif9f4vr5rv2>. Acesso em: 17/11/2015.

Sul, segundo Borges (2013)¹¹⁵, após a desclassificação da seleção local na 1ª fase, o interesse do público pelos espaços e pela competição em si caiu e a quantidade de pessoas presentes às *Fan Fests* foi três vezes menor que o evento anterior. No Brasil, o público foi, segundo o Ministério dos Esportes, de 5,45 milhões de pessoas¹¹⁶, superando, portanto, o evento anterior. Segue no Quadro 17 o público presente às FIFA *Fan Fests* por cidade-sede.

Quadro 17 - Público presente às FIFA *Fan Fests* durante a Copa 2014

1	<i>Belo Horizonte</i>	255.403
2	<i>Brasília</i>	369.480
3	<i>Cuiabá</i>	306.896
4	<i>Curitiba</i>	112.836
5	<i>Fortaleza</i>	781.602
6	<i>Manaus</i>	504.108
7	<i>Natal</i>	195.062
8	<i>Porto Alegre</i>	497.893
9	<i>Recife</i>	132.510
10	<i>Rio de Janeiro</i>	937.330
11	<i>Salvador</i>	255.040
12	<i>São Paulo</i>	806.226
	Total	5.154.386

Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Além das 12 arenas e dos espaços de torcedores nas cidades-sedes foram estruturados e utilizados, segundo o Governo Federal, 32 centros de treinamento e 28 campos oficiais de treino para as seleções do Mundial¹¹⁷, ampliando, para além das cidades-sede, a presença das delegações da competição. Isto, por outro lado, ampliou também o escopo dos investimentos realizados pelo poder público para além das sedes da Copa.

¹¹⁵ Disponível em <http://horizontes.revues.org/192#tocto1n3>. Acesso em 17/11/2015

¹¹⁶ Disponível em:

http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/6_Balanco_Copa_dez_2014.pdf. Acesso em 20/02/16

¹¹⁷ Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/copa/cts>. Acesso em 20/02/16.

Fora de campo, como será detalhado no último capítulo, de acordo com dados da União, mais de 1 milhão de turistas, de 202 países vieram para o Brasil durante o período do Mundial. Destes, segundo pesquisa Datafolha¹¹⁸, 83% aprovaram a organização da Copa no Brasil. Segundo dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINEP, 90,2% dos turistas tiveram a Copa como principal motivo da viagem, permanecendo em média 15,7 dias no Brasil; 58,5% vieram ao país pela primeira vez e, do total de visitantes internacionais, 95% tem a intenção de retornar. Coloca-se também o fato de que circularam pelas cidades-sede cerca de 3 milhões de turistas brasileiros motivados pelos jogos da Copa. Estes números, por sua vez, incrementaram a pressão nos aeroportos: de 10 de junho a 15 de julho de 2014 levando a marca de 17,8 milhões de passageiros nos principais terminais aeroportuários do país, os quais, segundo o Governo, obtiveram média de atrasos abaixo a média mundial¹¹⁹.

No que se relaciona ao alcance da transmissão dos jogos, o Ministério dos Esportes apresenta os dados de que houve durante o Mundial cerca de três bilhões de interações nas redes sociais com comentários relacionados ao evento no mundo todo, o que amplifica a imagem do país para o Mundo. A audiência televisiva, por outro lado, foi recorde e notícia em países com pouca tradição futebolística como os EUA, superando naquele país a audiência de esportes mais tradicionais no seu território como o *Super Bowl* e o Basquete da Liga America, a NBA.

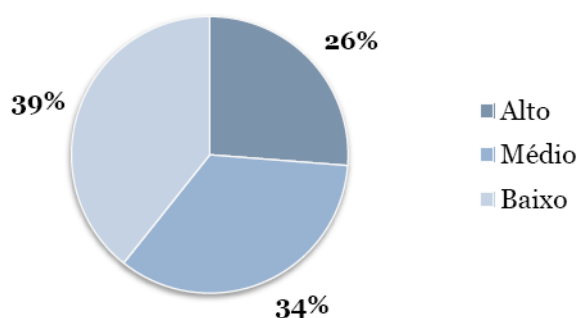
Segundo o Governo Federal as ocorrências que necessitaram um atendimento, seja de segurança, saúde ou outras temáticas típicas de um grande evento como uma Copa não registraram uma grande incidência de casos graves a serem resolvidos, como apresentam os gráficos 4 e 5. Para o Ministério dos Esportes, somente 26% foram ocorrências consideradas de alta criticidade. Entre estas, principalmente as que se referiam a problemas nos acessos às arenas (38%), segurança (26%), transporte e mobilidade (13%) e voluntariado/saúde (7%).

¹¹⁸ Jornal *Folha de São Paulo* - 15/07/2014

¹¹⁹ Disponível em:

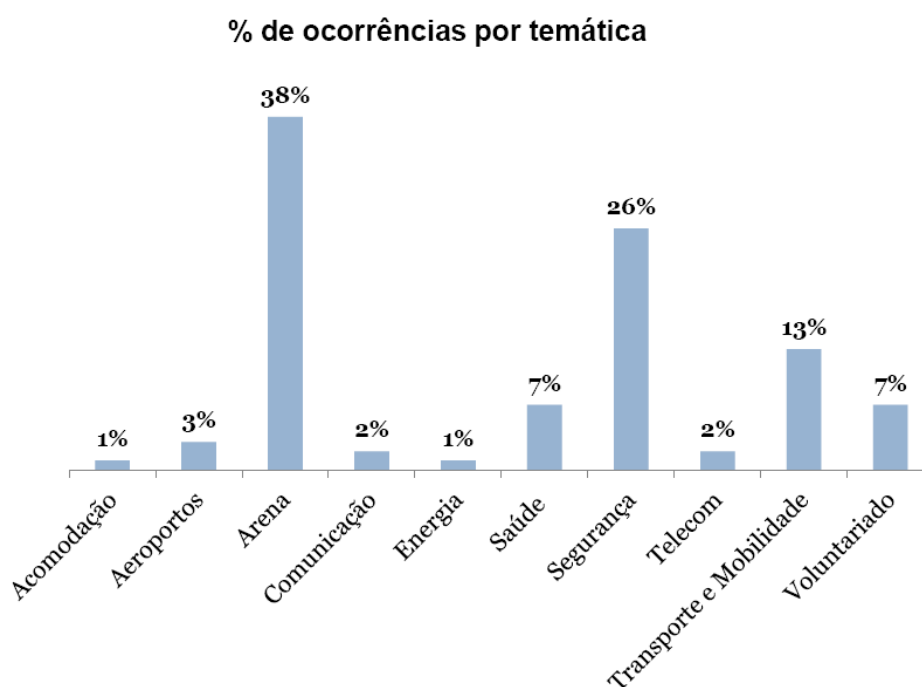
http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/6_Balanco_Copa_dez_2014.pdf. Acesso em 20/02/16

Gráfico 4 - Grau de Criticidade das ocorrências durante a Copa



Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Gráfico 5 - Ocorrências por temática durante a Copa



Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Apesar da derrota da seleção brasileira dentro de campo pela seleção alemã com um histórico placar de 7 a 1, o que os dados do governo federal procuram demonstrar, de acordo com o documento Balanço da Copa 2014¹²⁰, é que, de fato, esta foi uma Copa ímpar e que justificou todo o esforço financeiro e político empreendido, mesmo com "deslizes", como atrasos ou obras

¹²⁰ Disponível em:

http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/6_Balanco_Copa_dez_2014.pdf. Acesso em 20/02/16.

descartadas para o Mundial, ou ainda, superfaturamentos de alguns investimentos realizados.

Neste sentido, é que a Copa no Brasil ficou marcada ainda pelas investigações realizadas pelo *Federal Bureau of Investigation* (FBI) a respeito de um esquema montado para superfaturamento de ingressos para o Mundial, em particular envolvendo Jérôme Valcke, o secretário geral da entidade, cuja suspeita é que este tenha acumulado cerca de R\$ 8 milhões com tal estratégia¹²¹. Além deste esquema, o secretário da entidade ainda estaria envolvido com outras fraudes avaliadas em cerca de R\$ 32 milhões, oriundos de propinas às federações para a transmissão por redes de televisão de campeonatos regulares de futebol, em especial na América Latina, ocasionando nestes episódios inclusive a prisão do ex-presidente da CBF, comandante da entidade durante o mundial no Brasil, José Maria Marin e a renúncia de Joseph Blatter, presidente da FIFA no final de 2015.

Afora questões de ordem legal, se irá analisar mais detalhadamente no último capítulo os dados do Ministério dos Esportes a respeito da opinião dos brasileiros e estrangeiros sobre o Mundial de futebol no país. Como se afirmou, segundo o estudo, o maior legado da competição para os brasileiros foi a interação humana com os visitantes ao país, aspecto apontado como principal para 38% dos respondentes. Na sequência, os legados mais destacados foram os esportivos (27%), urbanos (24%), econômicos (9%) e ambiental (2%), sendo que 23,6% não apontaram nenhum tipo de legado da competição para o país. O mesmo estudo aponta o país dividido quanto a aprovação da realização do evento, demonstrando que 49% em setembro de 2014 se disseram a favor da competição no Brasil.

Com base no que se viu sobre a realização da Copa no país, torna-se importante entender como a realização de competição deste porte se deu na realidade específica de uma cidade que estreia em megaeventos esportivos, como é o caso de Fortaleza e entender quais os efeitos e imagens produzidos.

¹²¹ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2016/01/jerome-valcke-e-demitido-da-fifa.html>. Acesso em 09/05/16.

5.2. Imagens e indicadores turísticos do Mundial no Brasil

Segundo o Ministério dos Esportes, a Copa no Brasil dentro e fora de campo foi considerada a "Copa das Copas", pois obteve uma das maiores procuras diretas de torcedores por ingressos, se comparada a outras edições da competição¹²², sendo ao todo, 11 milhões de solicitações, obtendo um público total nos estádios de 3,43 milhões de pessoas e nas FIFA *Fan Fests* de 5,15 milhões, além de ter empatado com o Mundial da França de 1998 em maior número de gols feitos em uma Copa.

Fora de campo, o Mundial ficou marcado, segundo o governo, pela presença de mais de 1 milhão de visitantes estrangeiros de 202 países, a circulação de mais de 3 milhões de turistas brasileiros nas cidades-sede, os atrasos nos aeroportos abaixo da média mundial entre junho e julho de 2014 e um número de interações nas redes sociais com relação à competição que chegou à marca de mais 3 bilhões de citações, o que amplificou a imagem do País para o mundo.

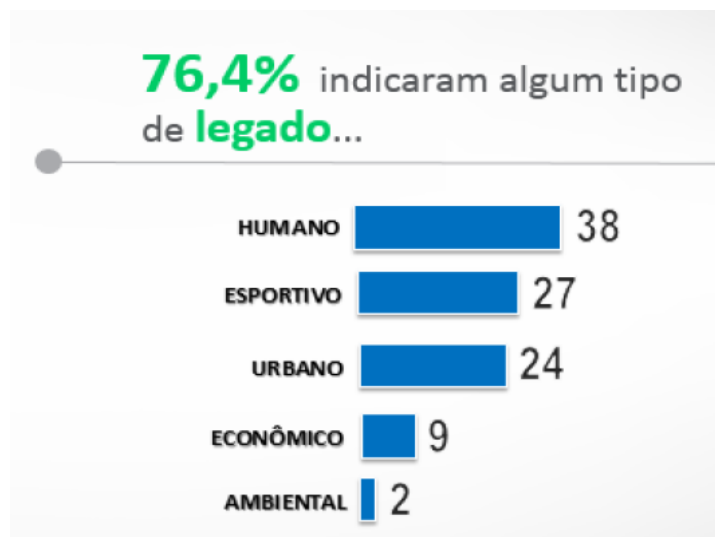
Embasando-se em pesquisa da *Nielsen Sports* (2014), o governo afirma, de acordo com a Figura 52, que 76,4% dos brasileiros enxergaram algum legado para o país com a competição, resultando daí que 23,6% não entendeu que o Mundial trouxe qualquer ganho para o Brasil. Entre os legados citados, o humano foi o mais lembrado para 38% dos entrevistados. Este tipo de legado remete a qualidade e às formas de interação entre os torcedores (dadas com o contato com outros povos nos estádios e através de festas envolvendo torcedores de diferentes regiões do País e do mundo).

O legado esportivo, ou seja, o que afirma que o principal ganho para o País foi a construção de novos estádios para o futebol amparados em padrões internacionais de qualidade, além da *expertise* na organização de megaeventos, foi ressaltado em 27% das respostas. O legado urbano, mesmo este tendo sido objeto de grande parte dos investimentos feitos pelo governo federal, através de obras voltadas à infraestrutura urbana de mobilidade, foi citado somente para 24% dos respondentes. Os ganhos econômicos ou retorno financeiro por meio de impostos e investimentos no País e os ganhos

¹²² Disponível em <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-do-mundo-tem-955-dos-ingressos-vendidos>. Acesso em 25/09/16.

ambientais foram os menos citados, somente para 11% dos que responderam à pesquisa.

Figura 52 - Tipos de legados da Copa citados pelos brasileiros



Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Além dos resultados acima apresentados, os quais demonstram um reconhecimento de ganhos para o País pela maior parte dos brasileiros entrevistados, se apresenta o êxito em um dos motivos mais difundidos para a realização do Mundial no Brasil: a difusão externa da imagem turística brasileira na Copa. Esta é colocada como positiva, já que, para o Ministério dos Esportes, segundo o documento *Estudos de demanda turística Internacional e doméstica*, realizados respectivamente, pela FIPE e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 2014, 83% dos estrangeiros acreditou que o Brasil atendeu plenamente ou superou as expectativas em relação ao Mundial, afirmando 95% destes, que pretendem retornar ao País em outra ocasião. Estes turistas estrangeiros afirmaram também que 58,5% visitavam pela primeira vez o Brasil e, para mais de 90% das respostas, tinham a Copa como principal motivo da viagem, permanecendo, em média, 15,7 dias no território nacional e dividindo-se, segundo o governo, em 491 cidades, incluindo Fortaleza.

Note-se, portanto, que o sucesso da difusão da imagem positiva do Brasil na Copa e da realização da competição no País se deu para o governo sob dois argumentos principais: o reconhecimento de legados pelos brasileiros, por um lado, e, por outro, o atendimento das expectativas e intenção de retorno

por parte dos visitantes estrangeiros. Entretanto, algumas questões se impõem, tais como: por que legados fundamentais da Matriz de Responsabilidades, que demandaram soma considerável de investimentos, como os aspectos urbanísticos, econômicos e ambientais foram tão pouco lembrados no conjunto dos resultados do Mundial e outros, como os aspectos humanos e esportivos, acabaram sendo mais citados? Ou ainda, o que influencia o visitante estrangeiro para que este queira retornar ao Brasil?

Para aprofundar estes temas faz-se necessário remeter a outros dados do estudo do Ministério dos Esportes, representados no Quadro 18, que demonstram que, das doze cidades-sede, quatro (Cuiabá, Curitiba, Fortaleza e Salvador), ou 1/3 das capitais escolhidas, não conseguiram concluir obras de mobilidade urbana traçadas na Matriz de Responsabilidades da Copa a tempo do Mundial de 2014, representando um total de quase 20% das obras de mobilidade previstas. Soma-se a este quadro o fato de que boa parte de obras infraestruturais, como aeroportos e portos, não foram entregues completamente, ou, simplesmente, descartadas para a Copa em junho de 2014. No caso dos terminais aeroportuários, este foi o caso de Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo (Viracopos). No caso dos portos, este foi o caso em Fortaleza, Manaus e Salvador.

Este quadro de obras inacabadas para antes do Mundial, ao que parece, contribuiu para que a imagem referente aos legados urbanos fosse prejudicada e, portanto, como se viu, observada em somente 24% dos entrevistados. As obras em estádios, por sua vez, as quais todas ficaram prontas para o Mundial, possivelmente impactaram positivamente para que o segundo maior tipo de legado citado, o esportivo, ter se consolidado.

Desta forma, o entendimento dos brasileiros, segundo dados do estudo do governo, foi que o cerne das ações da Copa em nível nacional foi, de fato, a construção da imagem externa positiva do país, uma vez que os aspectos principais da ideia de sucesso no balanço oficial da Copa realizado pelo Ministério dos Esportes convergem: 1) de um lado, para a imagem, pelos brasileiros, de um legado humano, que envolve essencialmente o contato e a difusão da cultura e do povo brasileiro em relação a outros presentes durante o Mundial; e 2) de outro, o fato da boa impressão do evento causada nos

visitantes estrangeiros. Estes são os aspectos que embasam o epíteto "a Copa das Copas".

Quadro 18 - Projetos de mobilidade da Matriz de responsabilidades da Copa no Brasil por estágio de conclusão

	Nº de Projetos	Investimento (R\$mi)	Financiamento (R\$mi)	Estágio
1 Belo Horizonte	7	1413,3	945,3	7 entregues para operação
2 Brasília	1	54,2	50,4	Entregue para operação
3 Cuiabá	3	1706,5	510,2	2 entregues para operação e 1 em andamento
4 Curitiba	10	526,5	305,0	7 entregues para operação e 3 em andamento
5 Fortaleza	6	651,9	409,8	3 entregues para operação e 3 em andamento
6 Natal	2	444,0	305,1	2 entregues para operação
7 Porto Alegre	2	16,7	-	2 entregues para operação
8 Recife	7	1027,1	678,0	7 entregues para operação
9 Rio de Janeiro	3	2256,7	1179,0	3 entregues para operação
10 Salvador	2	19,6	-	1 entregue para operação e 1 em andamento
11 São Paulo ¹	1	610,5	-	1 entregue para operação
Total	44	8.727,0	4.382,7	

Fonte: Ministério dos Esportes (2014)

Esta imagem externa positiva do País ou boa impressão causada no público estrangeiro é medida pelo governo, principalmente, pela intenção de retorno do visitante de outros países, o que, como se viu, se deu para mais de 95% dos 10.513 entrevistados pela FIPE/Ministério dos Esportes, sendo que, deste total, a grande maioria (78,2%) pretende retornar em ocasiões não específicas, o que significa que este virá independentemente de grandes eventos ocorridos no Brasil (TABELA 16). Somente 4,8% de estrangeiros afirmaram não possuir a intenção de retornar ao País e, para estes, as principais motivações para o não retorno são, além do interesse em conhecer a cada viagem um destino diferente (18,7%), a impressão de que o Brasil é um destino caro (13,2%) (TABELA 17).

Tabela 16 - Intenção de retorno do turista internacional durante a Copa 2014

Intenção de retorno	%
Sim, em ocasiões não específicas	78,2
Sim, em ocasiões específicas	10,1
Sim, em ocasiões específicas e não específicas	7,0
Não pretende retornar	4,8
Total	100,0

Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

Tabela 17 - Motivo para não intenção de retorno do turista internacional durante a Copa 2014

Motivo para não intenção de retorno	%
Preferência por conhecer novos destinos	18,7
Preços altos	13,2
Não soube especificar	12,9
Distância de emissores	8,9
Já conheceu o suficiente	7,6
Falta de segurança	4,8
Dificuldade com idioma	4,6
Insatisfação em geral	3,5
Motivação exclusiva é Copa	3,5
Falta de opções	2,3
Infraestrutura ruim	2,3
Motivos pessoais	2,3
Experiência ruim	1,5
Falta de limpeza	1,3
Voltará para morar	1,3

Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

Para se compreender o que, de fato, levou o turista estrangeiro a avaliar positivamente a Copa no Brasil é importante detalhar o estudo realizado pelo Ministério dos esportes/FIPE e entender como cada aspecto da realização do Mundial influenciou neste sentido. Em termos de infraestrutura, é possível perceber a partir da Tabela 18 que o item melhor avaliado entre os estrangeiros foi o aspecto da segurança pública, com 91,9% das avaliações positivas, seguido da boa impressão dos serviços de táxi e transporte público (90,4 e 90%, respectivamente). Já o que teve a menor influência para esta visão foram os serviços de câmbio, bancário ou de lojas existentes nos aeroportos (69,6% e 69%) e o serviço de telecomunicações/internet (61,6%).

Deve-se levar em consideração na análise dos pontos extremos deste resultado, sobretudo, o fato de que a "operação de guerra" montada para o evento possivelmente causou impacto no estrangeiro e a construção neste de uma imagem de um país seguro, uma vez que para o Mundial articulou-se uma ação conjunta envolvendo as polícias federal, militar e civil, além da Força Nacional de Segurança em todas as cidades-sede com a participação das Forças Armadas, principalmente, nas áreas próximas aos estádios.

A ação de destaque nesta área foi a criação de 15 Centros Integrados de Comando e Controle (CICC), escritórios centrais de monitoramento por meio de câmeras que atuam integrando as forças policiais locais e nacionais. Esta

ação, no entanto, no período pós-copa mostrou-se mais atuante durante eventos pontuais como o acompanhamento da realização do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) em 2015, ou em eventos-teste e eventos oficiais das Olimpíadas realizadas no Rio de Janeiro em 2016.

Entretanto, deve-se levar em consideração que esta articulação extemporânea não faz parte do cotidiano das forças de segurança no Brasil e as cidades brasileiras estão entre as mais violentas do mundo, como viu-se no caso de Fortaleza. Este modelo de ação articulada entre os diferentes níveis de polícias e Forças Armadas realizada na Copa, já adveio de outro grande evento esportivo, o Pan do Rio em 2007, no qual também se montou esta "operação de guerra", sendo que, contudo, tal prática não se verificou a *posteriori* na dinâmica urbana, no caso, do Rio de Janeiro. Ressalta-se daí que tal aparato tem o viés de evitar, principalmente, a ação de manifestações que conturbem os megaeventos, possíveis "atos terroristas" ou outras ameaças, sendo este um modelo de atuação adotado em megaeventos, como foi verificado nos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio, mas que não é comum ao cotidiano das cidades brasileiras.

Inserir-se ainda o fato revelado pelos dados que, a despeito da Copa 2014 ser alardeada pelo Governo como o maior evento de mídias sociais já registrado, a avaliação quanto à infraestrutura de telecomunicações/internet foi o aspecto que menos contribuiu para a impressão positiva da Copa no Brasil com 61,6% das respostas. Este resultado se dá a despeito do que afirma o Governo em relação aos investimentos realizados ao longo do 2º ciclo de planejamento do Mundial, cujo objetivo incluía a ação na área de telecomunicações com a implantação no país de uma rede de mais 15 mil quilômetros de fibra óptica, incrementando a capacidade de circulação de dados entre as cidades-sede.

Em relação aos serviços turísticos, que têm uma relação direta com o tratamento dispensado ao visitante em cada cidade-sede, mais uma vez, o aspecto humano sobressai, comparado a outros relacionados à gestão profissional do turismo. Isto é que se vê na Tabela 19, onde a "Hospitalidade do povo" é ressaltada por 97,4% dos estrangeiros como o aspecto de maior destaque quanto aos "serviços turísticos". Como se viu, o conceito de hospitalidade do povo não se configura propriamente como um serviço, mas

sim uma qualidade que aponta para o tratamento mais pessoal dos visitantes, ou seja, menos protocolar, o que se observa como uma marca cultural latino-americana e brasileira (ver DAMATTA, 2000). Entretanto, para o Ministério do Turismo, trata-se de um "serviço turístico" e foi o item melhor avaliado, juntamente com a diversão noturna (93,4%) e a gastronomia (93,2%) (TABELA 19).

Já o item pior avaliado pelo turista estrangeiro foi o atendimento a este em seu idioma, avaliado positivamente em somente 58,9% das respostas. Considerando-se que é improvável o sucesso no atendimento em todos os idiomas existentes, este resultado se dá a despeito do Governo Federal ter afirmado realizar ações de melhora em sinalização bilíngue (português/inglês) e a criação de 14 Centros de Atendimento ao Turista, além de investimentos em acessibilidade nos pontos turísticos das cidades-sede. Em termos de qualificação para o atendimento turístico houve ainda vagas para 157.000 inscritos no Programa Nacional do Ensino Técnico (PRONATEC), voltado ao setor turístico e financiamento ao setor hoteleiro para melhorias de acomodações no valor R\$1 bi.

Tabela 18 - Avaliação do turista internacional da infraestrutura durante a Copa 2014

Avaliação - infraestrutura	% Positivo
Segurança pública	91,9
Serviço de táxi	90,4
Transporte público	90,0
Infraestrutura do aeroporto	89,5
Limpeza pública	83,8
Sinalização Turística	81,2
Aeroporto de modo geral	79,8
Rodovias brasileiras	75,6
Serviços de câmbio ou bancários no aerop	69,6
Lojas e serviços do aeroporto	69,0
Telecomunicações / Internet	61,6

Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

Tabela 19 - Avaliação do turista internacional a respeito dos serviços turísticos durante a Copa 2014

Avaliação - Serviços turísticos	% Positivo
Hospitalidade do povo	97,4
Diversão noturna	93,4
Gastronomia	93,2
Restaurante	92,8
Informação turística	90,2
Guias de turismo	90,1
Alojamento	88,4
Serviços de câmbio/bancários	67,8
Preços	60,9
Atendimento no seu idioma	58,9

Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

No quesito preços que, como se viu, mostrou ser uma das principais motivações do não retorno ao País, os valores cobrados, principalmente nos meios de hospedagem, foram os pior avaliados, sendo destacados positivamente somente em 57% das respostas (TABELA 20), fazendo crer que a impressão neste tocante foi que os preços praticados por hotéis, pousadas e congêneres foi abusivo. Em contraponto, os preços praticados pelos serviços de transportes públicos foram os melhor avaliados para 86,1% das respostas.

O último quesito do balanço do Mundial pelo Ministério dos Esportes/FIPE que caracterizou a avaliação positiva dos estrangeiros foi em relação à própria a experiência da Copa no Brasil (TABELA 21). Segundo o estudo da FIPE, no tocante à impressão geral do evento, é possível constatar que o item melhor avaliado foi, de um modo geral, os estádios (98,3% das respostas) e o conforto nestes existente (97,3%), o que leva a crer que estes realmente atendem às expectativas de um público internacional, que conhece outras praças esportivas no mundo. Entre os itens pior avaliados estão: o preço dos ingressos (68,1%) e da alimentação nos estádios (60,9%), além do processo de compra de ingressos (62,6%).

Tabela 20 - Avaliação do turista internacional a respeito dos preços durante a Copa 2014

Avaliação - preços	% Positivo
Preços de Transporte público	86,1
Preços de Transporte interno no Brasil	76,0
Preços de Restaurantes	75,8
Preços de Serviço de táxi	71,7
Preços de Transporte internacional	67,0
Preços de Meios de hospedagem	57,0

Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

Tabela 21 - Avaliação do turista internacional a respeito da Copa 2014

Avaliação - Copa do Mundo	% Positivo
Estádios de um modo geral	98,3
Conforto nos estádios (assento)	97,3
Atendentes e funcionários nos estádios	95,8
Sinalização dos estádios	92,6
Organização geral	90,8
Banheiros dos estádios	88,6
Transporte para os estádios	86,7
Serviços de alimentos e bebidas nos estádios	74,8
Preço dos ingressos	68,1
Processo de compra de ingressos	62,6
Preço da alimentação nos estádios	60,9

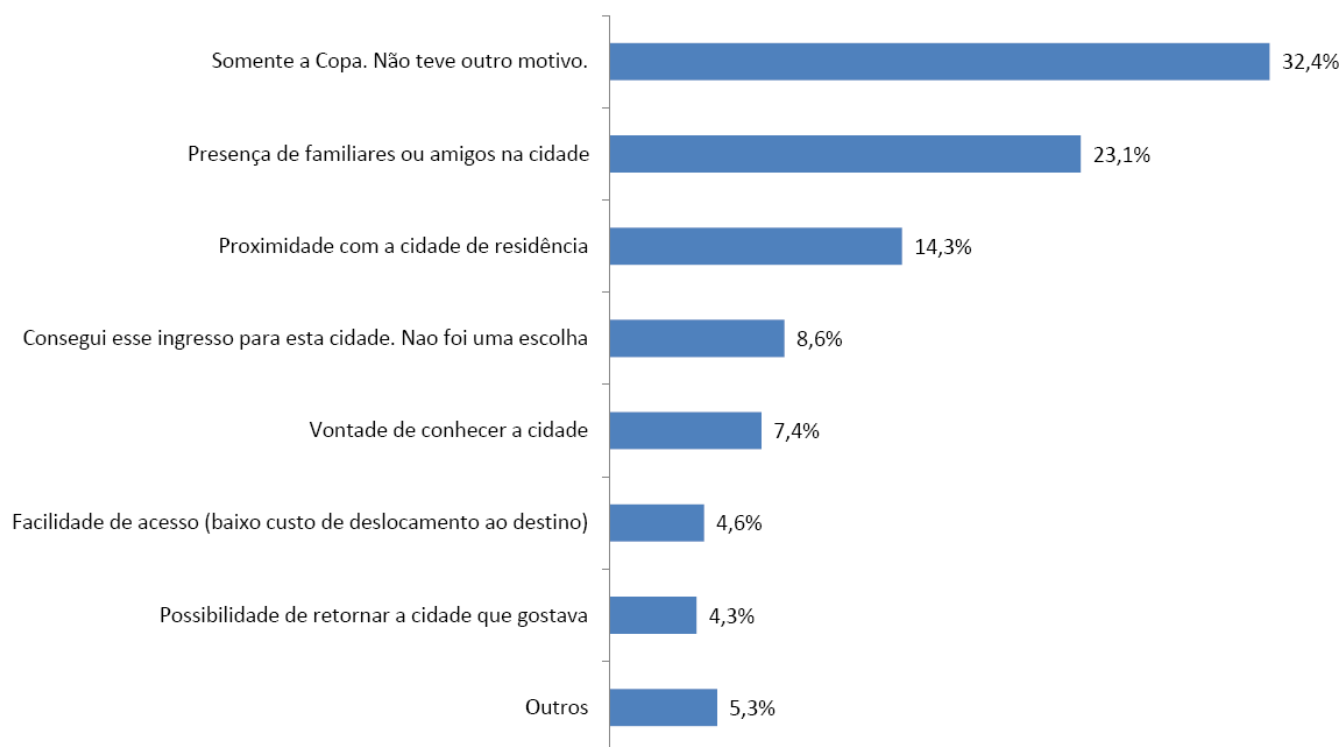
Fonte: Ministério do Esportes/FIPE (2014)

Este quadro, no qual se apresenta uma imagem positiva do País construída frente ao turista internacional e propiciado em grande parte, como se viu, por aspectos como a hospitalidade do povo, diversão noturna, segurança do evento e a experiência de estádios de padrão internacional, apresenta um fato em comum quando se analisa a inserção do turista doméstico na Copa 2014. A partir do estudo da FGV (2014), que tomou este público como alvo, é possível identificar que o brasileiro que se deslocou entre as cidade-sede durante junho e julho de 2014, a exemplo do turista internacional, também teve como motivação central da viagem os jogos do Mundial (32,4%) (GRÁFICO 6).

Entretanto, diferentemente do visitante internacional, que efetuou atividades turísticas nas cidades-sedes, ou seja, que tiveram interesses para

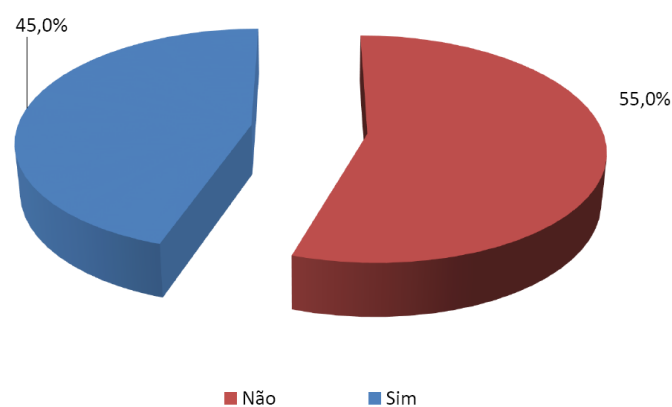
além dos jogos no País, o turista doméstico durante o Mundial teve, em sua maior parte, simplesmente os jogos da Copa como única motivação nas cidades que visitou, fato constatado pelo Gráfico 7, que coloca que 55% dos turistas domésticos não efetuaram visitas turísticas nas cidades-sede pelas quais passaram.

Gráfico 6 - Turismo doméstico: fatores de influência para a escolha das cidades-sede visitadas durante a Copa 2014



Fonte: FGV (2014)

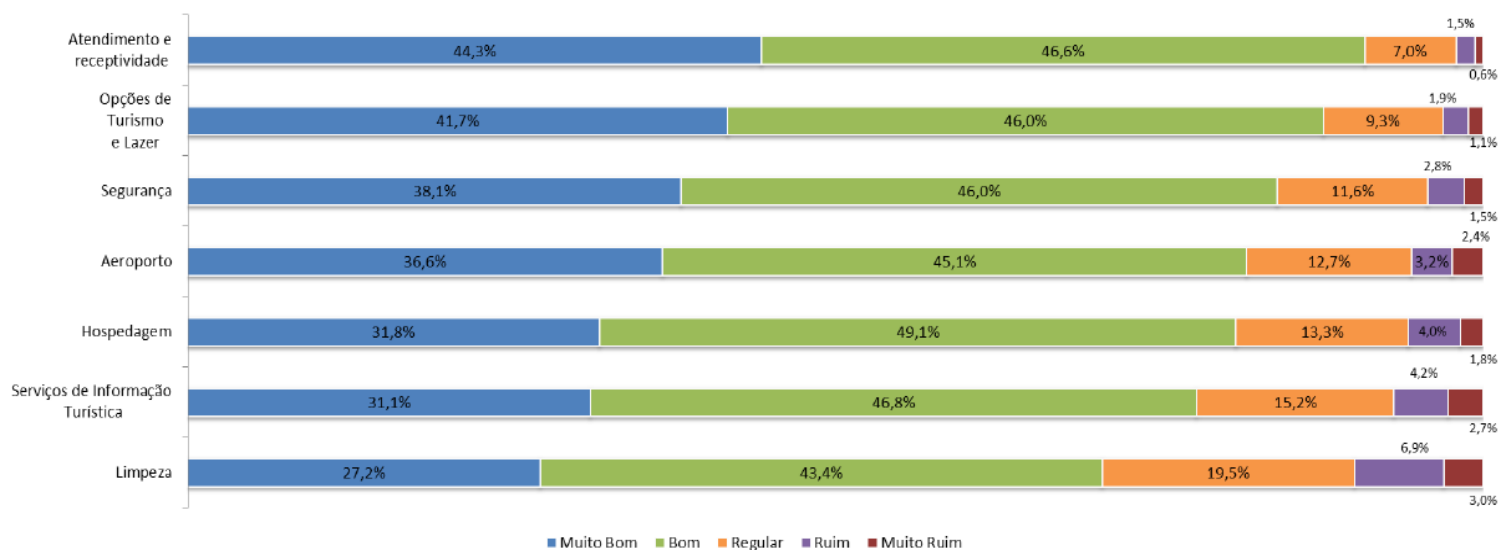
Gráfico 7 - Turismo doméstico: atividades turísticas nas cidades-sede visitadas durante a Copa 2014



Fonte: FGV (2014)

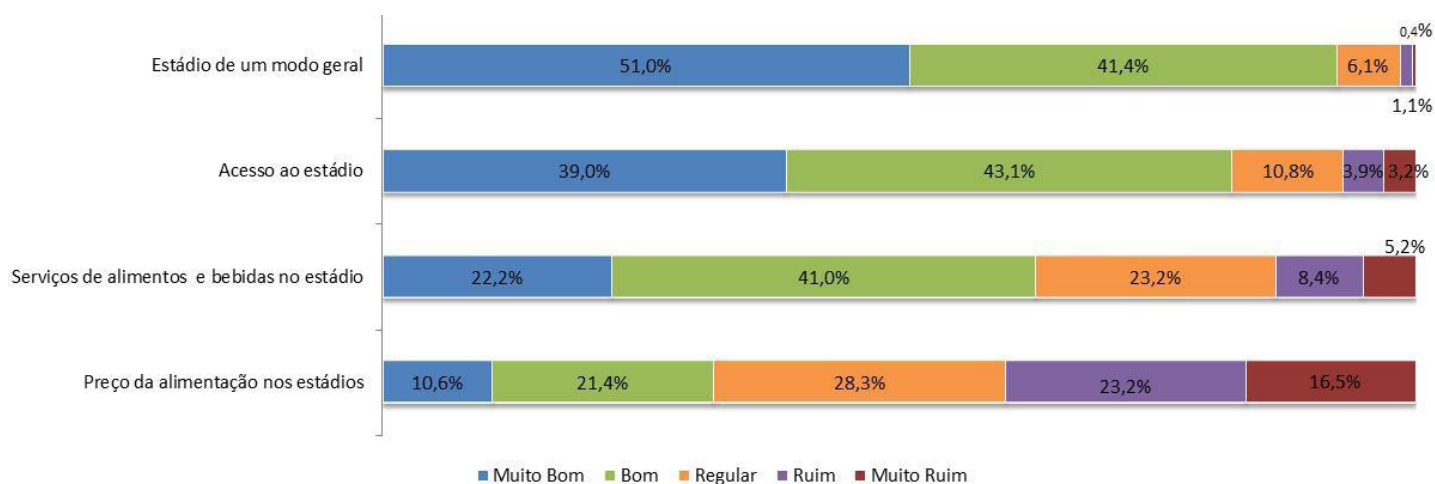
Entre aqueles visitantes domésticos que, de fato, desempenharam atividades turísticas nas cidades-sede, têm-se resultados similares aos apresentados pelos turistas internacionais. Entre os itens melhor avaliados (GRÁFICO 8), o atendimento e a receptividade (44,3%), as opções de turismo e lazer (41,7%) e segurança (38,1%) destacaram-se entre as impressões positivas, enquanto as opções de hospedagem, os serviços de informação turística e a limpeza foram os aspectos pior avaliados entre os brasileiros. Já no tocante à experiência da Copa em si (GRÁFICO 9), os turistas nacionais, a exemplo dos estrangeiros, avaliaram muito positivamente os estádios dos jogos em si, no entanto, também criticaram os preços praticados no interior destas praças esportivas

Gráfico 8 - Turismo doméstico: avaliação dos serviços turísticos nas cidades-sede visitadas durante a Copa 2014



Fonte: FGV (2014)

Gráfico 9 - Turismo doméstico: avaliação dos estádios nas cidades-sede visitadas durante a Copa 2014



Fonte: FGV (2014)

Coloca-se, portanto, o fato, a partir dos dados do governo, que a construção da imagem da Copa teve como efeitos a imagem de um evento seguro, alegre, receptivo e dado em praças de padrão internacional, uma vez que isto foi o que se captou e valorizou na experiência de turistas brasileiros e estrangeiros durante o Mundial. Estas imagens resultaram especialmente no tocante ao turismo internacional, na intenção de retorno de mais 95 % destes. Entretanto, é importante destacar que estas imagens foram construídas a despeito da conclusão de obras de mobilidade e infraestruturais importantes para as cidades-sede, as quais, no caso de Fortaleza, até o momento não foram finalizadas.

5.3. Imagens e indicadores turísticos do Mundial em Fortaleza

Para a compreensão de que efeitos esta política de internacionalização do turismo no Ceará a partir da Copa obteve, se faz necessária a análise de indicadores do setor apresentados pelo governo estadual, assim como a análise de que imagem turista que esteve em visita ao Ceará construiu de Fortaleza durante a Copa. Os resultados que embasam a análise oficial do Estado destes dois aspectos estão expressos, principalmente, em dois documentos: 1) *Copa do Mundo FIFA 2014: pesquisas de fluxo e de perfil da demanda turística para o Ceará*, de julho de 2014 e o *Relatório de Indicadores*

Turísticos 1995/2015, publicados em fevereiro de 2016, ambos elaborados pelo Governo do Estado do Ceará/Secretaria do Turismo. Contudo, aqui se coloca uma análise crítica: 1) a respeito dos resultados econômicos e turísticos do evento para o Estado e o papel do terminal portuário de passageiros no período do pós-copa; e 2) sobre a imagem que o visitante nacional ou internacional construiu em relação ao Ceará durante a Copa, uma vez que, como se viu ao longo da presente tese, a dinamização do turismo local foi o alvo principal das políticas públicas da União, do Estado e da prefeitura.

Resultados econômicos e turísticos para o Estado e o papel do terminal portuário de passageiros no período do pós-copa

O Ceará, nos últimos 20 anos, vem assistindo a um processo continuado de crescimento do setor turístico, incentivado em grande parte pela atuação do poder público. De acordo com a Secretaria de Turismo do Ceará, este cenário aponta para um crescimento médio de 8,33% no fluxo turístico via Fortaleza entre 1996 e 2015, sendo que a uma taxa média de 8,15%, no caso do turismo doméstico, e 11,85%, no caso do turismo internacional (TABELA 22).

Contudo, durante os anos que compreenderam a Copa das Confederações (2013) e o Mundial em Fortaleza (2014), é possível se constatar que os fluxos turísticos, de uma forma geral, cresceram abaixo da média verificada pela SETUR entre 1996 e 2015, situando-se em 2013 a uma taxa de crescimento de 4,89% em relação a 2012. Comparando-se 2013 a 2014, observa-se um crescimento inferior, da ordem de 3,85%. Destaque para o crescimento em 2014 do turismo internacional, da ordem de 11%, maior que o observado entre 2012 e 2013 (5,20%). Isto é, provavelmente, decorrente da realização do Mundial na Cidade, o que aproximou o crescimento do turismo internacional à média de expansão deste tipo de visitação verificada ao longo dos últimos 20 anos. Como já foi abordado, este fato se dá pelo caráter muito mais abrangente e internacional que uma Copa do Mundo se mostra, se comparada a uma competição como a Copa das Confederações, a qual envolve um número menor de países e não desperta tanto interesse da mídia mundial.

Tabela 22 - Comparativo dos agregados turísticos no mês de junho (2013/2014)

ANOS	Total		Nacional			Internacional		
	Turistas	Índice	Turistas	Crescimento anual	% Total	Turistas	Crescimento anual	% Total
1996	773.247	-	733.038	-	94,80	40.209	-	5,20
1997	970.000	25,45	914.710	24,78	94,30	55.290	37,51	5,70
1998	1.297.528	33,77	1.218.379	33,20	93,90	79.149	43,15	6,10
1999	1.388.490	7,01	1.296.850	6,44	93,40	91.640	15,78	6,60
2000	1.507.914	8,60	1.387.281	6,97	92,00	120.633	31,64	8,00
2001	1.631.072	8,17	1.458.178	5,11	89,40	172.894	43,32	10,60
2002	1.629.422	-0,10	1.446.927	-0,77	88,80	182.495	5,55	11,20
2003	1.550.857	-4,82	1.356.539	-6,25	87,47	194.318	6,48	12,53
2004	1.784.354	15,06	1.534.544	13,12	86,00	249.810	28,56	14,00
2005	1.968.856	10,34	1.703.060	10,98	86,50	265.796	6,40	13,50
2006	2.062.493	4,76	1.794.369	5,36	87,00	268.124	0,88	13,00
2007	2.079.590	0,83	1.830.039	1,99	88,00	249.551	-6,93	12,00
2008	2.178.395	4,75	1.956.285	6,90	89,80	222.110	-11,00	10,20
2009	2.466.511	13,23	2.256.858	15,36	91,50	209.653	-5,61	8,50
2010	2.691.729	9,13	2.472.299	9,55	91,85	219.430	4,66	8,15
2011	2.848.459	5,82	2.628.361	6,31	92,27	220.098	0,30	7,73
2012	2.995.024	5,15	2.761.412	5,06	92,20	233.612	6,14	7,80
2013	3.141.406	4,89	2.895.646	4,86	92,18	245.760	5,20	7,82
2014	3.262.259	3,85	2.989.465	3,24	91,64	272.794	11,00	8,36
2015	3.343.815	2,50	3.065.292	2,54	91,67	278.523	2,10	8,33

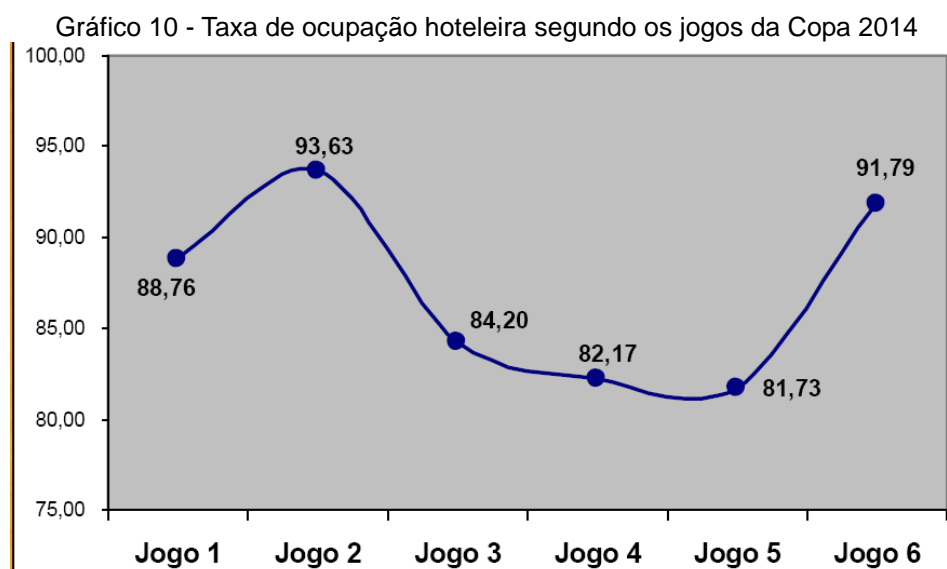
Fonte: SETUR (2016)

Entre os meses de junho e julho, quando se desenrolaram os jogos da Copa em Fortaleza, é importante notar que a ocupação hoteleira (GRÁFICO 10) chegou ao pico nos jogos da seleção brasileira na capital (Jogo 2 - Brasil x México - 17/06/14 e no jogo 6 - Brasil x Colômbia - 04/07/14). No entanto, nos outros jogos a ocupação hoteleira ficou somente um pouco superior à média do ano de 2014, que foi, segundo a ABIH-CE (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis no Ceará)¹²³, de 72,66%, indicador que leva em conta uma constante entre os períodos de baixa e alta estação na Cidade.

Ao se comparar os índices de ocupação hoteleira entre 2014 e 2015, percebe-se que o efeito Copa por si só não foi suficiente para manter o incremento da demanda por hospedagem em Fortaleza, ocorrendo um

¹²³ Disponível em: <http://www.oestadoce.com.br/economia/hotelaria-fecha-2015-com-alta-de-384-no-ceara>. Acesso em 04/05/16

decréscimo neste aspecto de 5,8% (TABELA 23). É claro que outras influências, como o cenário econômico conturbado em 2015, se fazem presentes na análise deste fato. No entanto, é importante destacar que em 2015 a ocupação hoteleira (68,4%) situou-se abaixo, inclusive, do ano de 2012 (69,2%), quando não houve no Ceará nenhum dos eventos FIFA.



Fonte: Secretaria do Turismo - SETUR/CE (2014)

Tabela 23 - Variação da Taxa de ocupação hoteleira no Ceará entre 2005 e 2015

Ano	Taxa de ocupação (%)	Variação em relação ao ano anterior (%)
2005	58,9	-
2006	57,4	-2,5
2007	55,4	-3,5
2008	57,3	3,4
2009	62,8	9,6
2010	66,4	5,7
2011	67,6	1,8
2012	69,2	2,4
2013	71,3	3,0
2014*	72,6	1,8
2015*	68,4	-5,8

Fonte: SETUR/CE (2014)

*Dados da ABIH-CE (2015)

É importante destacar nestes resultados, por outro lado, os efeitos para a imagem de Fortaleza que o Terminal Marítimo de Fortaleza, inaugurado

parcialmente para o Mundial, teve durante a Copa. Apesar de se configurar como um estímulo ao turismo no Estado, oferecendo condições para o desembarque de cruzeiros internacionais, por exemplo, tem-se que esta via de chegada à Capital é ainda muito incipiente frente à via aérea. Para o Ministério do Turismo, este tipo de chegada ao Estado decaiu entre 2013 e 2014 cerca de 36%, obtendo um leve crescimento de 7,5% no período subsequente (TABELA 24). Isto se dá, mesmo a despeito da finalização de 100% do terminal de passageiros ter ocorrido no primeiro semestre de 2015.

Tabela 24 - Variação da chegada de turistas no Ceará (2013-2015)

Chegada de turistas	2013	2014	var 13-14(%)	2015	var 14-15(%)
Total	84.119	85.025	1,08	78.711	-7,43
Aérea	80.029	82.413	2,98	75.903	-7,90
Marítima	4.090	2.612	-36,14	2.808	7,50

Fonte: adaptado de Ministério do Turismo (2016)

O perfil e a imagem do visitante nacional ou internacional durante a Copa no Ceará

Além de indicadores gerais do setor turístico no Estado, como os apresentados acima, a Secretaria do Turismo do Ceará realizou pesquisa direta junto a 1.497 turistas que vieram a Fortaleza entre os dias 10 de junho e 10 de julho de 2014, ou seja, no período que compreendeu os jogos do Mundial na Capital, sendo destes 893 nacionais e 604 internacionais em duas portas de entrada da cidade (aeroporto e rodoviária) e nos seguintes pontos turísticos: Beira-Mar, *Fan Fest*, Arena Castelão, Praia do Futuro, Centro de Turismo, Mercado Central, Dragão do Mar e Praia de Iracema. Neste levantamento foram abordadas, sobretudo, questões relativas ao perfil do turista durante a Copa no Ceará, tipo e locais de visita e sua impressão a respeito da experiência da Copa no Estado.

Como é possível perceber na Tabela 25, o turista internacional em visita ao Ceará afirmou possuir uma renda maior que a dos brasileiros e, provavelmente por isto tenha tido um gasto *per capita* superior. Os estrangeiros, em média, apresentaram uma renda de R\$ 5.667,06, e gastaram, em geral, R\$ 3.221,08, sendo o gasto por dia de cerca de R\$ 536,00, diferenciando este tipo de turista do nacional, pois os turistas domésticos que

estiveram no Ceará afirmaram ganhar cerca de 20% menos e gastaram próximo de 1/3 abaixo do que os estrangeiros no Estado.

Tabela 25 - Comparativo dos agregados turísticos relativos a renda do turista no mês de junho 2014

Agregados	Fluxo Turísticos		Geral
	Nacional	Internacional	
. Fluxo turístico para o Ceará	194.117	169.325	363.442
. Renda Salarial Mensal (R\$)	4.438,28	5.667,06	4.923,71
. Gastos Percapita (R\$)	2.144,26	3.221,08	2.645,95
. Gastos Percapita Diário (R\$)	349,80	536,85	435,19
. Permanência média (dias)	6,13	6,00	6,08
. Receita Turística (R\$ milhões)	416,24	545,41	961,65
. Renda Gerada (R\$ milhões)	728,42	954,47	1.682,89

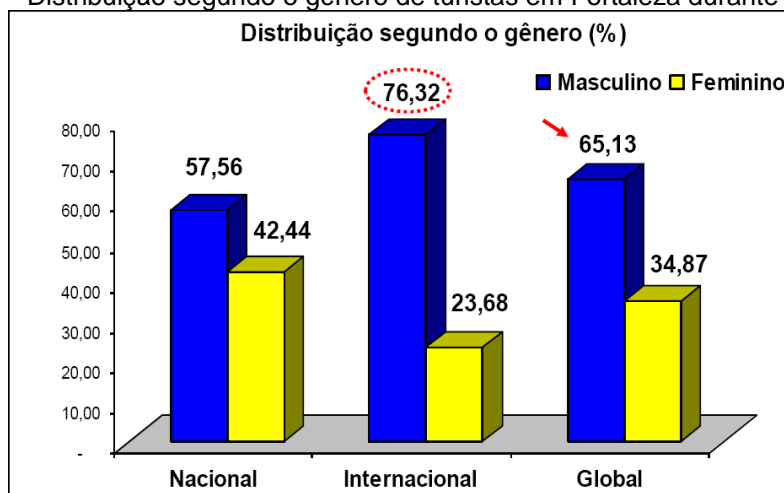
Fonte: Secretaria do Turismo - SETUR/CE (2014)

No estudo da Secretaria de Turismo, tem-se que, dos 1.497 entrevistados, a grande maioria dos visitantes ao Ceará durante a Copa foi do sexo masculino (65,13%) (GRÁFICO 11), sendo este o perfil principal dos estrangeiros que vieram ao Estado (76,32%). Na maior parte, o turista presente ao Mundial situou-se na faixa etária dos 26 aos 36 anos (42,82% - TABELA 26) e afirmou possuir nível superior completo ou pós-graduação (86,1% - TABELA 27), o que se coaduna, como se viu, com o perfil de renda e de gastos demonstrado anteriormente.

Tendo em vista o que se viu na campanha do governo estadual para visitantes da Copa, cujo o foco era o fortalecimento de um turismo familiar para o Estado, este fim não foi exitoso. No caso dos turistas nacionais, a maioria - 54,31% - afirmou ter vindo ao Ceará sozinho (19,5%) ou com amigos (35,16%). Um percentual expressivo (44,46%) veio com sua família, o que não ocorreu com o visitante internacional. Neste caso, o percentual dos que vieram com amigos (54,08%), com binado com os que vieram sozinhos (15,40%), eleva-se a 70% (TABELA 28). Vale ressaltar que, como foi mencionado no terceiro capítulo, o objetivo da campanha do poder público estadual em focar no turismo familiar é diminuir a associação do turismo no Ceará com a prostituição e exploração sexual de crianças e adolescentes, fato relacionado por CPI's e

no noticiário a respeito do assunto, principalmente, a grupos de estrangeiros solteiros em visita ao Ceará.

Gráfico 11 - Distribuição segundo o gênero de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014



Fonte: SETUR/CE (2014)

Tabela 26 - Faixa etária de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014

Faixa Etária	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Até 17	18	2,02	3	0,50	21	1,40
18 a 25	167	18,70	133	22,02	300	20,04
26 a 36	359	40,20	282	46,69	641	42,82
36 a 50	266	29,79	161	26,66	427	28,52
51 a 65	62	6,94	21	3,48	83	5,54
Acima 65	21	2,35	4	0,66	25	1,67
Total Geral	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00

Fonte: SETUR/CE (2014)

Tabela 27 - Escolaridade de turistas em Fortaleza durante a Copa 2014

Grau Instrução	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Superior	650	72,79	437	72,35	1.087	72,61
Pós-Graduação	87	9,74	115	19,04	202	13,49
Fundamental I e II	92	10,30	37	6,13	129	8,62
Ensino Médio	64	7,17	15	2,48	79	5,28
Total Geral	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00

Fonte: SETUR/CE (2014)

Tabela 28 - Turistas em Fortaleza durante a Copa 2014 por tipo de grupo de viagem

Sociabilidade	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Com amigos	314	35,16	331	54,80	645	43,09
Familiares	397	44,46	163	26,99	560	37,41
Sozinhos	171	19,15	93	15,40	264	17,64
Excursão	11	1,23	17	2,81	28	1,87
Total Geral	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00

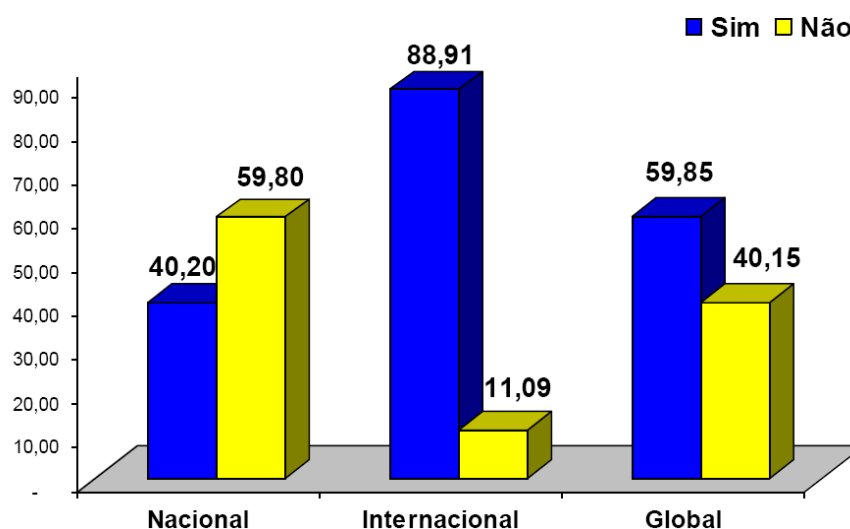
Fonte: SETUR/CE (2014)

A maior parte (59,85%) dos visitantes durante o período da Copa, entrevistados na pesquisa da SETUR, afirmou ter sido aquela a primeira vez que estiveram no Ceará (GRÁFICO 12), colocando-se o Mundial, assim, como uma oportunidade de construção da imagem do Estado para eles. A grande maioria dos que responderam ser a primeira vez em terras cearenses era de estrangeiros (88,91%), sendo os brasileiros 40,2%, ou seja, a maior parte (59,8%) dos visitantes nacionais já havia visitado o Ceará antes.

Este primeiro contato através de Fortaleza, em especial para os estrangeiros (os quais em sua maioria afirmaram nunca ter vindo antes ao Ceará), consolida o Mundial, portanto, como meio de inserção mais internacional do turismo na capital cearense o que, de acordo com o que foi apresentado ao longo da presente tese, soma-se a outras estratégias voltadas para este fim. Estas são: a produção de material publicitário e intervenções no sentido do enobrecimento do espaço urbano, pelo poder público; o discurso da mídia veiculado por matérias diárias sobre o Mundial e os ganhos com o evento, assim como as ações do capital privado que se beneficia da venda da imagem da Cidade com foco no turismo.

Neste sentido, o que se observa é que, entre junho de julho de 2014, do total de visitantes, os turistas estrangeiros que afirmaram terem visitado o Ceará pelo interesse na Copa, como é possível perceber na Tabela 29, foi de 86,26%. No caso dos turistas nacionais, os que fizeram esta afirmação atingiu o total de 63,16% das respostas, sendo possível perceber que 37% dos brasileiros em visita ao Ceará tinham outros interesses turísticos que não exclusivamente a Copa em Fortaleza.

Gráfico 12 - Turistas durante a Copa 2014 que afirmaram estar pela primeira vez no Ceará



Fonte: SETUR/CE (2014)

Tabela 29 - Turistas durante a Copa 2014 que motivação em visitar o Ceará

Descrição	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Copa do Mundo	564	63,16	521	86,26	1.085	72,48
Passeio	182	20,38	46	7,62	228	15,23
Visita Parente/Amigo	98	10,97	18	2,98	116	7,75
Negócio/Trabalho	37	4,14	16	2,65	53	3,54
Outros	12	1,34	3	0,50	15	1,00
Total Geral	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00

Fonte: SETUR/CE (2014)

Este turista que visitou o Estado e que veio principalmente motivado pela Copa no Ceará apresenta outro ponto de diferença entre brasileiros e estrangeiros. Por ser Fortaleza já um destino nacional consolidado e não ter se tornado ainda uma rota turística internacional de destaque no Brasil, observa-se uma diferença no interesse dos turistas em visitar outras localidades do Estado (GRÁFICO 13). A maior parte dos turistas domésticos (54,98%) afirmou ter visitado outras localidades do Ceará que não somente Fortaleza, enquanto os turistas estrangeiros na sua grande maioria (59,44%) afirmaram não ter tido tal interesse, fazendo com que sua imagem do Ceará ficasse limitada a capital cearense.

Um detalhamento desta informação coloca-se, por outro lado, na Tabela 30, onde é possível conhecer quais os destinos turísticos fora de Fortaleza foram os mais visitados por turistas durante a Copa. Entre estes, destacam-se, principalmente, Jericoacoara e Canoa Quebrada, para aqueles que pernотaram fora da capital, reafirmando a característica cearense de turismo de litoral. Para os que fizeram uma rápida visita, sem a necessidade de dormir no destino escolhido, o destino mais procurado foi Canoa Quebrada (distante cerca de 170 km da capital).

Gráfico 13 - Turistas durante a Copa 2014 que afirmaram visitar outras localidades no Ceará fora da capital

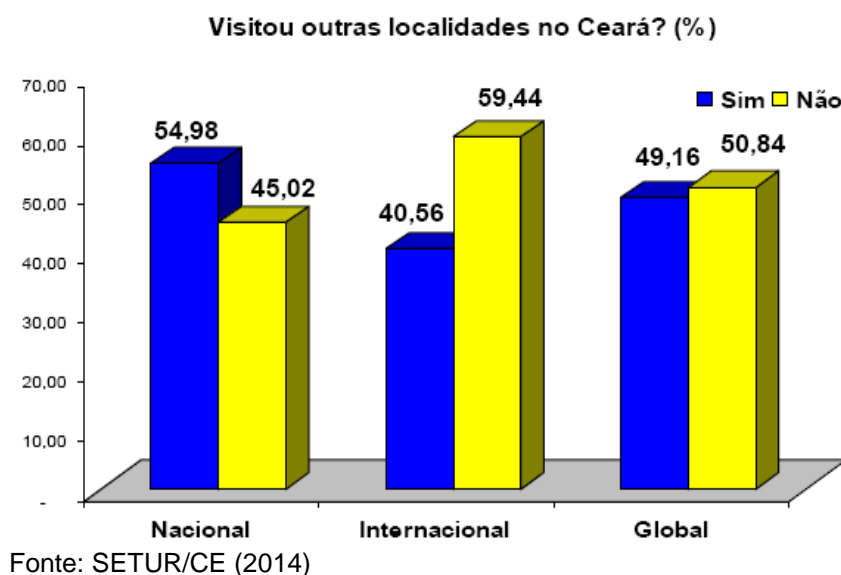


Tabela 30 - Comparativos entre localidades visitadas por realização ou não de pernотites por turistas no Ceará durante a Copa 2014

Localidade com Pernотites				Localidade sem Pernотites			
Descrição	Origem		Total	Descrição	Origem		Total
	Nacional	Exterior			Nacional	Exterior	
Jericoacoara	8,55	23,27	13,45	Canoa Quebrada	22,00	24,49	22,83
Canoa Quebrada	9,37	16,73	11,82	Porto das Dunas	22,81	22,04	22,55
Porto das Dunas	9,37	5,31	8,02	Cumbuco	21,79	19,59	21,06
Cumbuco	6,11	4,90	5,71	Praia Fontes/M.Branco	18,53	14,29	17,12
Praia Fontes/M.Branco	3,05	4,08	3,40	Taíba/Pecém	10,59	6,53	9,24
Guaramiranga	3,26	2,45	2,99	Fortaleza	9,37	4,90	7,88
Outros	16,29	12,24	14,95	Outros	20,77	17,96	19,84

Fonte: SETUR/CE (2014)

Frente ao perfil do turista que visitou o Ceará durante a Copa tem-se que este, em sua grande maioria, afirmou que a experiência do Mundial no Estado correspondeu ou superou suas expectativas iniciais (TABELA 31). Esta

foi, de forma geral, a imagem que mais de 87% dos entrevistados afirmou ter, sendo que esta impressão foi maior para os turistas domésticos (ao todo, 90,81%) do que para os estrangeiros (84,92%). De toda forma, o fato é que a Copa, como oportunidade de construção de uma imagem turística positiva do Estado foi exitosa, considerando-se que somente cerca de 13% dos turistas durante a Copa não aprovaram claramente o evento e a experiência da visita ao Estado.

Em geral, o destaque da visita frisado pelos entrevistados (TABELA 32) é, mais uma vez, o item "hospitalidade do povo", com 97,3% de avaliações positivas¹²⁴ e os "atrativos naturais", com 96,9%. O item mais bem avaliado afora os fatores de ordem natural ou característicos do povo em si é a "diversão noturna", o que foi positivo para 95,2%. O que se configurou como os itens de pior avaliação na experiência turística do Ceará foi o que se refere a "informações turísticas", "guias de turismo" e os "serviços de táxi". Este último, de longe, a maior queixa dos visitantes, uma vez que foi reprovado por quase a metade dos entrevistados.

Outro ponto que contribuiu negativamente para a imagem da Copa no Ceará foi o preço, que já foi citado negativamente inclusive como uma das grandes queixas da Copa no Brasil de uma maneira geral. Em Fortaleza este aspecto também aparece como imagem negativa do Mundial na Cidade para mais de 45% dos entrevistados, os quais consideraram elevados (TABELA 33).

Tabela 31 - Grau de satisfação dos turistas da Copa 2014 em relação ao Mundial no Ceará

Descrição	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Superou	152	42,34	262	48,79	414	46,21
Correspondeu	174	48,47	194	36,13	368	41,07
Decepcionou	5	1,39	15	2,79	20	2,23
Não Sabe	28	7,80	66	12,29	94	10,49
Total Geral	359	100,00	537	100,00	896	100,00

Fonte: SETUR/CE (2014)

¹²⁴ O índice de avaliação positiva é calculado com base na relação (ótimo+bom) - (ruim + péssimo)

Tabela 32 - Grau de satisfação dos turistas da Copa 2014 em relação ao turismo no Ceará

Itens Avaliados	Avaliações (%)				Índice (%)
	Ótimo	Bom	Ruim	Péssimo	
. Atrativos Naturais	78,2	20,2	1,0	0,5	96,9
. Equipamentos de Lazer	60,7	33,2	5,0	1,2	87,7
. Hospitalidade do Povo	78,1	20,6	0,8	0,5	97,3
. Informação Turística	50,0	40,8	6,1	3,0	81,7
. Guias de Turismos (*)	45,5	41,0	10,9	2,5	73,1
. Diversões Noturnas	67,6	30,0	1,9	0,5	95,2
. Serviços de Táxis	31,7	43,8	17,6	6,8	51,0
Média Geral	58,8	32,8	6,2	2,2	83,3

Fonte: SETUR/CE (2014)

Tabela 33 - Avaliação dos turistas da Copa 2014 em relação aos preços praticados durante Mundial no Ceará

Descrição	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Baixo	27	3,02	32	5,30	59	3,94
Normais	381	42,67	215	35,60	596	39,81
Elevados	432	48,38	250	41,39	682	45,56
Não sabe	53	5,94	107	17,72	160	10,69
Total Geral	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00

Fonte: SETUR/CE (2014)

Apesar dos aspectos negativos apresentados, a impressão do turista em visita ao Ceará, segundo os dados do governo estadual, demonstrou, de uma maneira geral, uma satisfação do visitante e, a partir dos dados da Tabela 34 é possível perceber que, para a maior parte dos entrevistados (87,71%) a pretensão de retorno ao Estado se confirma. Vale ressaltar, entretanto, que o percentual de intenção de retorno é maior em relação aos turistas nacionais, 94,18% dos quais afirmam o interesse, enquanto, no caso do turista internacional este percentual é menor, 78,15%. Mais uma vez, portanto, confirma-se a característica do Ceará como um destino nacional consolidado, o que não se observa do ponto de vista do turismo internacional.

Inserir-se ainda na tabela a análise de externalidades da visitação turística ocorrida na Copa. Isto se dá a partir dos entrevistados que recomendam a outros (amigos, parentes etc) o Ceará como destino turístico. Neste ponto, o que se verificou foi também que o turista doméstico é muito mais propenso a recomendar o turismo no Estado do que os estrangeiros, uma

vez que 4,8% dos visitantes internacionais afirmaram não ter intenção de recomendar o Ceará para a visita, enquanto, entre os brasileiros, 2,13% afirmou esta posição.

Tabela 34 - Avaliação dos turistas da Copa 2014 em relação à intenção de retorno ao Ceará

Descrição	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Pretende Retornar?	893	100,00	604	100,00	1.497	100,00
. Sim	841	94,18	472	78,15	1.313	87,71
. Não	19	2,13	55	9,11	74	4,94
. Não Sabe	33	3,70	77	12,75	110	7,35
Recomendaria o Ceará?						
. Sim	847	94,85	507	83,94	1.354	90,45
. Não	19	2,13	29	4,80	48	3,21
. Não Sabe	27	3,02	68	11,26	95	6,35

Fonte: SETUR/CE (2014)

5.4. O uso do Castelão

Reconhecido como um dos principais legados da Copa pelo poder público local, a Arena Castelão vem se consolidando nos últimos dois anos, como, de fato, a principal representação física do Mundial de 2014 em Fortaleza, entre outros motivos, porque até o momento é uma das duas obras finalizadas, oriunda da Matriz de Responsabilidades. Como se viu, em comparação com o fluxo de público do Terminal Marítimo de Passageiros, é o mais significativo para o cotidiano da Cidade.

Após a realização da Copa, o Castelão vem, conjuntamente com outra praça esportiva da capital, o Estádio Presidente Vargas, sendo palco de jogos de futebol de pelo menos quatro competições oficiais regulares: o Campeonato Cearense, a Copa do Nordeste, a Copa do Brasil e o Campeonato Brasileiro (séries B e C, equivalentes a segunda e terceira divisões da competição, respectivamente)¹²⁵. Além disto, vale ressaltar que, após o Mundial ocorreu em 2015 uma partida entre Brasil e Venezuela pelas eliminatórias da próxima Copa do Mundo que ocorrerá na Rússia em 2018. Entre os maiores públicos do

¹²⁵ O Campeonato Brasileiro de Futebol é dividido em quatro divisões ou séries nas quais os clubes disputam posições. As que afirmam os times melhor posicionados no campeonato são, respectivamente, as séries A, B, C (1ª, 2ª e 3ª divisões), cada uma com a presença de 20 clubes cada e série D, com a participação de 40 clubes.

estádio após sua reinauguração, como é possível se constatar no Quadro 19, não estão, por exemplo, os jogos do Mundial de 2014, mas jogos ocorridos no período pós-Copa. Isto se deu em parte pela já comentada limitação de ingressos postos à venda pela FIFA tendo em vista medidas de segurança durante o Mundial. Entre os jogos de destaque registra-se a final da Copa do Nordeste, entre o time do Ceará e Bahia (63.399 pagantes)¹²⁶ e os jogos que decidiram a permanência na Série C do time do Fortaleza em duas ocasiões, contra o Macaé em 2014 (62.525 pagantes) e contra o Brasil de Pelotas em 2015 (63.903 pagantes).

Quadro 19 - 25 maiores públicos de futebol no Castelão após sua reinauguração

Ordem	Jogo	Data	Competição	Pagantes
1	Fortaleza 0 x 0 Brasil de Pelotas	17/10/2015	Campeonato Brasileiro - Série C	63.903
2	Ceará 2 x 1 Bahia	29/04/2015	Copa do Nordeste	63.399
3	Fortaleza 1 x 1 Macaé	25/10/2014	Campeonato Brasileiro -Série C	62.525
4	Brasil 0 x 0 México	17/06/2014	Copa do Mundo 2014	60.342
5	Brasil 2 x 1 Colômbia	04/07/2014	Copa do Mundo 2014	60.342
6	Ceará 1 x 1 Sport	09/04/2014	Copa do Nordeste	60.068
7	Alemanha 2 x 2 Gana	21/06/2014	Copa do Mundo 2014	59.621
8	Grécia 2 x 1 Costa do Marfim	24/06/2014	Copa do Mundo 2014	59.095
9	Holanda 2 x 1 México	29/06/2014	Copa do Mundo 2014	58.817
10	Uruguai 1 x 3 Costa Rica	14/06/2014	Copa do Mundo 2014	58.679
11	Brasil 2 x 0 México	19/06/2013	Copa das Confederações 2013	57.804
12	Fortaleza 2 x 2 Sampaio Corrêa	13/10/2014	Campeonato Brasileiro - Série C	56.143
13	Espanha 0 x 0 Itália	27/06/2013	Copa das Confederações 2013	56.083
14	Ceará 0 x 1 ASA-AL	03/03/2013	Copa do Nordeste	52.207
15	Nigéria 0 x 3 Espanha	23/06/2013	Copa das Confederações 2013	51.263
16	Ceará 1 x 1 Guarany de Sobral	19/05/2013	Campeonato Cearense	49.609
17	Ceará 2 x 2 Palmeiras	31/08/2013	Campeonato Brasileiro -Série B	48.960
18	Ceará 3 x 1 Internacional	13/08/2014	Copa do Brasil	46.859
19	Ceará 1 x 0 Macaé	28/11/2015	Campeonato Brasileiro -Série B	45.539
20	Ceará 0 x 0 Fortaleza	23/04/2014	Campeonato Cearense	42.133
21	Brasil 3 x 1 Venezuela	13/10/2015	Eliminatórias da Copa 2018	38.970
22	Fortaleza 1 x 1 Ceará	09/03/2014	Campeonato Cearense	38.307
23	Ceará 3 x 4 Botafogo	03/09/2014	Copa do Brasil	37.794
24	Fortaleza 0 x 0 Sport	27/01/2013	Amistoso	34.249
25	Ceará 0 x 1 Bahia	27/01/2013	Amistoso	34.249

Fonte: adaptado dos cadernos esportivos dos jornais *O Globo*, *Estadão*, *Diário do Nordeste*, *O povo* entre os anos de 2013 e 2015.

¹²⁶ Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebol/copa-nordeste/ceara-x-bahia-no-castelao-bate-recorde-de-publico-no-brasil-pos-copa,b4a81fe0f5dd2a6050df3e34e4f6e6aahysqRCRD.html>. Acesso em 06/05/16.

Para além da frequência aos jogos, o aspecto relativo ao público pagante torna-se importante de ser destacado, uma vez que parte do recurso do Governo do Estado para a reforma da Arena (cerca de R\$ 23 milhões), é paga pelo erário estadual a empresa Luarenas, que é oriunda da construtora do Estádio, a Queiroz Galvão, e é gestora atual da Arena, em parcelas mensais de R\$ 400 mil ao longo de quatro anos. Estas parcelas são também debitadas por meio da renda do aluguel do estádio, durante os jogos de futebol. Isto torna-se possível, como se viu, porque o modelo de gestão do Castelão é o de Parceria Público-Privada.

Vale ressaltar que, segundo reportagem do jornal *Tribuna do Ceará* (2015)¹²⁷, o custo de manutenção do Castelão por mês é de cerca de R\$ 1 milhão, informação repassada pela própria empresa gestora do estádio, decorrendo daí uma diferença de aproximadamente R\$ 600 mil para que outras ações desempenhadas com a praça esportiva supram o custo mensal do estádio. Estas ações, segundo o Governo e a Luarenas, são a disponibilização de espaços comerciais, taxa de cobrança de espaços como lanchonetes e o restaurante, assim como ingressos para visitas periódicas ao Museu do Futebol Cearense e à galeria *Pé da Fama*, os quais têm entradas a R\$ 20,00 e meia para estudantes e idosos a R\$ 10,00 e integram uma rota turística com a realização de visitas guiadas para grupos de turistas e escolares ou indivíduos isoladamente.

Soma-se a estas ações de menor envergadura financeira a disponibilização da área VIP do estádio para eventos corporativos, o que é chamado pela empresa gestora de *Business Club*, transformando a Arena, a exemplo do Centro de Eventos do Ceará, também em um espaço que pode abrigar reuniões de empresas ou de setores do capital privado. Tal espaço é ofertado inclusive para a possibilidade de realização de casamentos e outros eventos privados.

Além destas outras fontes de renda o Castelão vem se consolidando desde a sua reinauguração nos dois últimos anos como um espaço para a realização de grandes concertos musicais, em especial de artistas

¹²⁷ Disponível em: <http://tribunadoceara.uol.com.br/esportes/futebol-cearense-2/arena-castelao-custa-r-11-milhao-mensal-para-manutencao/>. Acesso em 06/05/16.

internacionais, sendo esta outra estratégia central para viabilizar a manutenção financeira da praça esportiva. Vale lembrar que a partir da estratégia recente de dinamização do turismo no Estado, partindo de uma internacionalização dos atrativos turísticos do Ceará, vem crescendo o número de apresentações de artistas internacionais em Fortaleza, como é possível se observar no Quadro 20, configurando a Arena Castelão desde sua reinauguração como sede de aproximadamente de 40% destes tipos de *shows* no Estado.

Quadro 20 - Apresentações de artistas internacionais de grande público em Fortaleza

Ano	Artista	País de origem	Local da apresentação
2013	Paul McCartney	Inglaterra	Arena Castelão
2013	Beyoncé	EUA	Arena Castelão
2014	Elton John	Inglaterra	Arena Castelão
2014	Guns n' Roses	EUA	Centro de Eventos do Ceará
2014	Dream Theater	EUA	Centro de Eventos do Ceará
2015	Julian Marley e The Wailers	Jamaica	Santa Praia
2015	A-Há	Noruega	Aquaville
2016	Iron Maiden	Inglaterra	Arena Castelão
2016	Megadeth	EUA	Siara Hall
2016	Scorpions	Alemanha	Centro de Formação Olímpica

Fonte: adaptado de Pereira *et al* (2015)

Tendo em vista este contexto de enobrecimento do espaço do Castelão, no qual o Poder Público juntamente com a iniciativa privada maximizam as possibilidades de lucro e acumulação de capital para pequenos grupos de poder a partir de um reforma que foi bancada com recursos públicos, faz-se necessário destacar que existem resistências ou *contrausos* (Leite, 2004) que também se consolidaram na utilização do Castelão neste período pós-Copa. Se, por exemplo, no planejamento inicial da reforma do estádio foram previstas ações tais como a demarcação de cadeiras numeradas para os jogos e o monitoramento de conflitos entre torcidas organizadas por câmeras de segurança, o que resultaria em um controle mais rígido deste tipo de prática, o fato é que, até o momento, isto não se confirmou e são comuns os noticiários a respeito da violência entre as torcidas nos principais jogos locais. O caso com maior repercussão, inclusive internacional, foi o da final do campeonato cearense entre Ceará e Fortaleza onde ocorreu uma verdadeira "batalha

campal" (FIGURA 53) entre a *Torcida Uniformizada do Fortaleza* (TUF) e a *Cearamor*, as duas maiores do torcidas organizadas do Estado.

Figura 53 - Imagens do confronto entre torcidas organizadas do Ceará e Fortaleza na final do Campeonato Cearense de 2015



Disponível em: <https://i.ytimg.com/vi/L71R81c3zzk/hqdefault.jpg>. Acesso em 06/05/16.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para além da caracterização ou não da Copa como evento de sucesso, o presente trabalho procurou analisar, principalmente, de que forma o poder público construiu imagens de Fortaleza no contexto do Mundial da FIFA na Cidade. Estas, por sua vez, provocaram lutas simbólicas pelo espaço urbano na Capital, o que é típico no âmbito da realização de megaeventos nas cidades contemporâneas. Neste sentido, as imagens públicas construídas pela dialética entre o discurso hegemônico e o contra-hegemônico acabaram constituindo cenas que retratam a experiência da realização de uma Copa numa cidade como Fortaleza, estreante na realização de eventos do gênero.

Desta forma, a tese apresentada neste estudo é que a Copa foi encarada pelo poder público local como uma oportunidade ou "janela histórica" para difusão da imagem da Cidade e de seus agentes públicos para o mundo, assim como uma estratégia de inserção da Cidade nos fluxos de capitais oriundos do turismo em nível global. Contudo, como se viu, os planos de poder, ou imagens construídas pelo poder estabelecido, na verdade, não são necessariamente as imagens que sintetizam de forma absoluta as representações difundidas através de um megavento sobre uma cidade. Resistências ou contrausos acabam distorcendo as imagens hegemônicas e trazendo os seus matizes para a síntese produzida e divulgada para o mundo. Neste sentido, é que, por exemplo, a resistência dos movimentos sociais, ou mesmo a atuação de cambistas e vendedores ambulantes não autorizados nas áreas da competição, trazem contrapontos a imagem de consenso e "sede-modelo" gestado pelo Governo do estado do Ceará.

No caso de Fortaleza, os governos nos seus diferentes níveis, a mídia e o capital privado tentaram difundir a imagem de um paraíso tropical, com praias de areias brancas, dunas, áreas verdes, diversão noturna, boa gastronomia e a prática de esportes à beira-mar, tendo em vista a valorização do espaço urbano. Porém esta imagem ideal da Cidade, durante a preparação e realização da Copa, sobrepôs-se aos problemas típicos de uma cidade desigual como a Capital, situando o paraíso construído ao lado da mendicância, da ação de ambulantes não autorizados e da luta pela moradia ou por uma política mais próxima dos desejos dos cidadãos.

Coloca-se, portanto, que esta dupla visão da Cidade verificada tem um pano de fundo que é a tese principal deste trabalho: o fato de que tal imagem construída de Fortaleza esteve ligada, sobretudo, à estratégia governamental de dinamização do turismo em nível global, assim como, de enobrecimento do espaço urbano na cidade e não à produção de legados tangíveis relacionados à redução de problemas infraestruturais ou de mobilidade, como se previu na Matriz de Responsabilidade da Copa. Isto se afirma porque:

- 1) a realização da Copa do Mundo no Ceará acompanha uma tendência de expansão da atividade turística no Estado iniciada no Governo das Mudanças nos anos 1980. Este período marca o princípio da virada da imagem do Ceará como a "terra da seca" e a relação do sol com a pobreza e a aridez do campo, para a "terra do sol", ligada à referência do sol com o turismo litorâneo e do entretenimento;
- 2) a prioridade foi a viabilização do evento em si, através da conclusão do palco principal do espetáculo, o Castelão, cujo término quatro meses antes do previsto foi utilizado pelo Governo do Estado como marca de uma gestão pública eficiente, o que influenciou a FIFA e o governo federal para que o Ceará recebesse jogos estratégicos da Copa do Mundo e das Confederações. Esta viabilização do evento foi dada a despeito da inconclusão das obras de mobilidade e de infraestrutura previstas, mesmo após dois anos da realização do evento, sendo estas alguns dos difundidos "legados" do Mundial para a Cidade (ou justificativas centrais da prioridade e dos recursos destinados à competição no Ceará);
- 3) a conclusão do Castelão e as obras de mobilidade e infraestrutura iniciadas, tais como o VLT Parangaba/Mucuripe, acabaram por valorizar o espaço urbano já valorizado pelo capital privado, numa relação direta com o capital imobiliário da Cidade e em detrimento da retirada de comunidades mais pobres do entorno;
- 4) as matérias produzidas pelos principais noticiosos da mídia impressa confirmam a visão da Copa como dinamizadora da imagem da Cidade, da economia e do turismo local;
- 5) as imagens evocadas em material publicitário e em vídeos relativos ao Estado tentam difundir os atrativos turísticos da Cidade com foco no segmento

familiar, como forma de transformar o perfil, em especial do turista estrangeiro no Ceará, comumente associado a grupos de homens solteiros e relacionados à exploração sexual no Estado;

6) a difusão da imagem turística das cidades-sede caracteriza-se por ser um dos principais legados intangíveis da Copa, segundo o Governo Federal. Uma vez que em Fortaleza a maioria das obras tangíveis não foi concluída, este viés mais subjetivo de legado afirma-se como o principal da competição no Ceará.

Esta imagem turística construída para Fortaleza no contexto da Copa insere-se como uma estratégia ligada a prática do empreendedorismo urbano que, desde a década de 1990, vem se consolidando como tônica das administrações públicas. Os megaeventos, segundo tal receituário, aparecem como oportunidade de "ouro" para a difusão da imagem urbana e incremento dos fluxos de capitais nestas urbes. Tais iniciativas convergem, por sua vez, com processos que buscam a difusão ou ressignificação da imagem urbana por meio da requalificação de centros urbanos, discutido por mim em minha dissertação de mestrado, intitulada "Um Centro para uma Cidade (Pós-) Moderna: a requalificação do Centro de Fortaleza". Naquela ocasião já era possível perceber a ânsia do poder público municipal por uma construção da imagem pública da capital cearense que expressasse a integração da Cidade com a estética urbana utilizada em outros grandes centros urbanos a despeito da resolução dos problemas sociais e infraestruturais da área central de Fortaleza.

Este paradigma de administração tem como marca a estreita ligação entre poder público e capital privado nas intervenções nas cidades e, por encarar a gestão urbana aos moldes de uma empresa, tem a divulgação de uma marca ou imagem como um dos pontos principais para a sobrevivência em um ambiente de competição entre as cidades pelos fluxos de capitais internacionais. Neste sentido, a Copa, como o maior evento midiático do planeta, consolida-se, dentro desta visão de planejamento urbano, como oportunidade de divulgação da marca das cidades e venda do espaço urbano em nível global, focando em possíveis "consumidores" das cidades através do turismo global e os fluxos de capitais internacionais.

Justamente, por este poder de divulgação da marca das cidades contemporâneas, a FIFA, mesmo sendo uma entidade privada, estabelece uma série de exigências, sejam estruturais, financeiras, jurídicas ou tributárias junto ao poder público. Os governos, por sua vez, utilizam os curtos prazos e a oportunidade de ampliação da imagem das cidades nestas ocasiões para justificarem intervenções que valorizem o espaço urbano, o que implica, entre outras medidas, obras que impulsionem o processo de enobrecimento e a retirada de populações mais pobres de áreas estratégicas.

Contudo, no decurso deste processo, as resistências populares e contrausos se impuseram a esta imagem buscada pelo poder público. Os movimentos populares contestaram em manifestações massivas a concessão pelo Estado de tantas benesses a uma entidade privada, assim como a retirada das populações mais pobres de áreas estratégicas do espaço urbano, enquanto continuavam problemas estruturais de mobilidade e a prestação de serviços públicos essenciais, como saúde e educação, se dava de maneira precária. Isto se deu juntamente com a ação dos ambulantes e cambistas que contrariaram a Lei Geral da Copa, afirmando a dinâmica da Cidade no contexto do Mundial.

Por fim, o que se colocou como a "Copa das Copas" pelo governo federal, teve, tanto para o turista estrangeiro como doméstico, a "hospitalidade" ou "aspecto humano" como principal imagem valorizada. Se as obras inseridas na Matriz de Responsabilidades tinham por meio de aproximadamente R\$ 15 bilhões o foco de dotar as cidades-sede de uma imagem mais avançada quanto à infraestrutura urbana e a mobilidade, o fato foi que o ponto alto da realização da Copa no País foram aspectos que não se ligam a tais investimentos especificamente, e sim, a características associadas à cultura brasileira. Tais marcas impõem, por exemplo, relações mais pessoalizadas frente ao padrão mais protocolar adotado de forma geral nos serviços turísticos internacionais.

No caso de Fortaleza, a obra da Copa que se coloca como principal legado no cotidiano da Cidade, de fato, é o Castelão. Este vem recebendo públicos acima da média de outros estádios da Copa no País e insere-se como um espaço representativo da divulgação da imagem da Cidade, seja pela sua arquitetura pós-moderna, por seus espaços de visitação e realização de

eventos, ou ainda por ter se tornado um dos principais espaços de shows, especialmente os internacionais, na capital cearense, o que também contribuiu para o incremento do turismo na Cidade. Contudo, usos do equipamento inicialmente estabelecidos como a demarcação de assentos, o controle da violência das torcidas organizadas e a coibição da ação de cambistas não se consolidaram na prática e reproduzem a dinâmica dos jogos típicos do antigo Castelão.

A Copa em Fortaleza, na sua preparação, realização ou no momento posterior do evento reúne como marca a contradição entre usos e contrausos, estratégias e táticas e termina por reproduzir a dinâmica própria da cidade em que se realiza: a disputa pelo espaço urbano em uma cidade extremamente desigual.

REFERÊNCIAS

AÇÃO NOVO CENTRO. *Projeto de Requalificação de Fachadas - Área Piloto: Praça do Ferreira*. Fortaleza: Câmara dos Dirigentes Lojistas – CDL, 2001

ADAM, Roberto Sabatella. *Analisando o conceito de paisagem urbana de Gordon Cullen*. Revista da Vinci, v.5, n.1, 2008, p.61-68.

AGAMBEN, Giorgio. *Estado de exceção*. São Paulo - SP: Boitempo, 2004.

ALMEIDA, Bárbara Schausteck (et al). Considerações Sociais e Simbólicas sobre sedes de Megaeventos Esportivos. *Revista Motrivivência* Ano XXI, Nº 32/33, 2009, p.178-192.

ANDERSON, Perry. *As Origens da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

ARANTES, Antônio (org.). *O Espaço da Diferença*. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

AUGÉ, Marc. *Não Lugares: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade* (trad.: Maria Lúcia Pereira). Campinas, SP: Papyrus, 1994.

BALDISSERA, Rudimar. Significado e comunicação na construção da imagem-conceito. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, set-dez 2008.

BARATA, Maria João Ribeiro. Imagem Pública, marketing e comunicação Institucional: uma abordagem sociológica de três conceitos empresariais. *Revista Interações*, n.2, 2002, p.79-94.

BARREIRA, Irllys. *Cidades Narradas: memória, representações e práticas de turismo*. Capinas, SP: Pontes Editores, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacro e Simulações*. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. *Ensaio sobre o conceito de cultura*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BENEVIDES, Mário Henrique Castro. *A política das falas e o tempo das imagens: narrativas governamentais no Ceará (2010-2012)* Tese. UFC, 2012

BONFIM, Izac de Oliveira Belino. Uma análise da copa das confederações de futebol da Fifa 2013 sob a luz da teoria dos campos de Pierre Bourdieu. *PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 76-94, jul./dez. 2013

BORGES, Fernando. O papel da FIFA Fan Fest™ na Copa do Mundo da África do Sul. *Revista Horizontes*. Disponível em <<http://horizontes.revues.org/192#tocto1n3>>. Acesso em 17 nov. 2015.

BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel. As cidades como atores políticos. *Revista Novos Estudos* nº 45, julho de 1996, p. 152 - 166. Disponível em: <http://novosestudios.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/79/20080626_as_cidades_como_atores.pdf>. Acesso em 16 abr 2016.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand, 2004, p. 107-132.

BRANSKI, Regina Meyer (*et al.*). Infraestruturas nas Copas do Mundo da Alemanha, África do Sul e Brasil. *Cadernos Metropolitanos.*, São Paulo, v. 15, n. 30, pp. 557-582, jul/dez 2013

BRASIL. *Balanço Final para as Ações da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 (6º Balanço)*. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/6_Balanco_Copa_dez_2014.pdf>. Acesso em 20 fev. 2016

_____. *Anuário Estatístico do Turismo 2015*. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario/index.html>. Acesso em 12 nov 2015.

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, v XII, número especial, p. 42-70, maio 2015

CARVALHO, Mônica de. *Cidade Global: anotações críticas sobre um conceito*. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n4/9753.pdf>. Acesso em: 28/09/16.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, Demian Garcia; NOVAES, Patrícia Ramos. Copa do Mundo 2014 e os impactos no direito à moradia: uma análise das cidades-sede brasileiras *in: Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

CAVALCANTI, Maraísa Nunes; LIMA, Ingrid Carneiro de. *A Hospitalidade urbana de Fortaleza - CE frente ao megaevento Copa do Mundo de 2014*. Disponível: <periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/view/854>. Acesso em 27 set 2016.

CEARÁ. *Release geral de imprensa Fortaleza cidade-sede*. Disponível em <<http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=395%3Arelease-geral-fortaleza>>. Acesso em 02 jun 2014.

_____. *Comitiva da FIFA elogia preparativos do Fan Fest em Fortaleza*. Disponível em: <http://www.secopa.ce.gov.br/index.php/sala-imprensa/44253-comitiva-da-fifa-elogia-preparativos-do-fan-fest-em-fortaleza>. Acesso em 21 mai 2014.

_____. *Fortaleza se prepara para fazer o que mais gosta: receber bem as pessoas (Folder Hotéis)*. Disponível em: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=393%3Afolder-hotis>. Acesso em: 11 mar 2014.

_____. *Nosso time entra em campo de mãos dadas (Folder Fortaleza Cidade-sede)*. Disponível em: <http://www.ceara.gov.br/copa-2014?download=394%3Afolder-copa>. Acesso em: 11 mar 2014.

_____. *VLT Parangaba-Mucuripe entra em operação experimental do Montese a Borges de Melo*. Disponível em: <http://www.metrofor.ce.gov.br/index.php/noticias/44108-vlt-parangaba-mucuripe-entra-em-operacao-experimental-do-montese-a-borges-de-melo>. Acesso em 29/09/16.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS DIRIGENTES LOJISTAS; SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR. *Copa das Confederações - Consumidor*. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/spcbrasil/spc-brasil-analisecopaconfederacoesconsumidorvfdoc>>. Acesso em 15 mai 2016.

CORNELISSEN, Scarlett; SWART, Kamilla. The 2010 Football World Cup as a political construct: the challenge of making good on a african promise. In: HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram. *Sports Megaevents: social scientific analyses of a global phenomenon*. Victoria - Austrália: Blackwell Publishing, 2006.

CURI, Martin. A disputa pelo legado em megaeventos esportivos no Brasil. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 19, n. 40, p. 65-88, jul./dez. 2013.

DA COSTA, Lamartine *et al* (org.). *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília, DF: Ministério do Esporte, 2008.

DAMATTA, Roberto. *A bola corre mais que os homens: duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____. *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

_____. *A Casa e a Rua (Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil)*. Rio de Janeiro: Ed. Brasiliense, 1985. 140p.

_____. *O Que faz o Brasil, Brasil*. 11ª ed., Rio de Janeiro: Rocco, 2000. 126p.

_____. *Mês de Junho Trouxe cerca de 225 mil turistas para o Ceará*. Disponível em: <http://www.secopa.ce.gov.br/index.php/sala-imprensa/44043-mes-de-junho-trouxe-cerca-de-225-mil-turistas-para-o-ceara>. Acesso em 24/05/2014.

DAMO, Arlei. Produção e consumo de megaeventos esportivos – apontamentos em perspectiva antropológica. comunicação, mídia e consumo. *Horizontes Antropológicos*. São Paulo, ano 8, vol.8 n.21 p. 67-92 mar.2011.

_____. O simbólico e o econômico no futebol de espetáculo: as estratégias da FIFA para tornar as copas lucrativas a partir de uma interpretação antropológica. Disponível em: <cev.org.br/biblioteca/razon-y-palabra-n69-2009/>. Acesso em 27/09/16.

_____. O desejo, o direito e o dever - A trama que trouxe a Copa ao Brasil. *Movimento* (UFRGS. Impresso), v. 18, p. 41-81, 2012.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo* (trad. Estela dos Santos). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 238.

DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano – Artes de Fazer* (trad.: Ephran Ferreira). 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 217.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo - SP: Martin Claret, 2004.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. O Espaço Público como meio comunicativo *in*: COSTA, Carlos; BUTTONI, Dulcília. *A Cidade e a Imagem*. São Paulo - SP: Faculdade Cásper Líbero, 2013.

_____. Cidade e Imagem: entre aparências, dissimulações e virtualidades. *Revista Fronteiras*, vol. 1, jan-jun, 2004, p.21-32.

FORTALEZA. *Fortaleza em Números*. Fortaleza: SEPLA, 2004.

FORTUNA, Vânia Oliveira. *Cidade e Megaeventos: Espetáculo Midiático, explosão de sentidos*. Congresso de Estudantes de Pós-graduação em comunicação: UERJ, 2013.

FRAGA, Gerson W. *A derrota do Jeca na Imprensa brasileira: nacionalismo, civilização e futebol na copa do mundo de 1950*. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre- RS, 2009.

FRANZINI, Fábio. Da expectativa fremente à decepção amarga: o Brasil e a Copa do Mundo de 1950. *Revista de História*, São Paulo, n. 163, p. 243-274, jul./dez. 2010.

FREITAS, Silvia Helena Belarmino *et al.* Cidade-sede da alegria: a Fortaleza da Copa do mundo nas páginas do jornalismo local. *Revista Eptic*, vol 18, nº1, janeiro-abril de 2016.

_____; CARVALHO, Alissa Cendi Vale de. A Fortaleza da Copa do Mundo: o legado como ferramenta de legitimação do megaevento esportivo. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 11, nº2, julho a dezembro de 2014.

FROTA, Henrique Botelho. Copa do mundo de 2014 e seu impacto na ordem jurídica: alterações legislativas para viabilizar o megaevento *in*: PEQUENO, Renato *et al* (org.). *Fortaleza: os impactos da Copa do Mundo 2014*. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2015.

GAFFNEY, Christoffer. Arenas de Conflito: os processos conflituosos durante a preparação para a Copa do Mundo no Brasil *in*: JÚNIOR, Orlando Alves do Santos; GAFFNEY, Christoffer; RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

_____. Segurança Pública e os Megaeventos no Brasil *in*: JÚNIOR, Orlando Alves do Santos; GAFFNEY, Christoffer; RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

GASTALDO, Édison. O fato social total brasileiro: uma perspectiva Etnográfica sobre a recepção pública da Copa do mundo no Brasil. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 19, n. 40, p. 185-200, jul./dez. 2013.

GIDDENS, Anthony. *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo: Ed. UNESP, 1991. p. 177.

GÓIS, Rodolfo Anderson Damasceno. Passe valorizado: o mercado imobiliário nos bairros próximos à arena Castelão *in*: PEQUENO, Renato *et al* (org.). *Fortaleza: os impactos da Copa do Mundo 2014*. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2015.

GONÇALVES, Reinaldo. *Redução da desigualdade da renda no Governo Lula: análise comparativa*. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/hpp/intranet/pdfs/reducao_da_desigualdade_da_renda_governo_lula_analise_comparativa_reinaldo_goncalves_20_junho.pdf>. Acesso em 14/05/14.

GONDIM, Linda M.P. *O Dragão do Mar e a Fortaleza Pós-Moderna: cultura, Patrimônio e Imagem da Cidade*. São Paulo: Annablumme, 2007.

_____. Os "Governos das Mudanças" (1987-1994) *in*: SOUZA, Simone de (org.). *Uma nova História do Ceará*. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2000. p. 448.

_____. *Movimentos sociais contemporâneos no Brasil: a face invisível das jornadas de junho de 2013*. Fortaleza: 2016.

_____. *O Acquario e os Peixes: grandes projetos de requalificação urbana e movimentos sociais*. Disponível em: <http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT20/GT20_dePntesGodim.pdf>. Acesso em 14/09/16.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 10ª edição. Rio de Janeiro - RJ: DP & A editora, 2005.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. 15ª edição. São Paulo – SP: Ed. Loyola, 2006.

_____, *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: AnaBlume, 2005.

HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram. *Sports Megaevents: social scientific analyses of a global phenomenon*. Victoria - Austrália: Blackwell Publishing, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Séries Estatísticas e séries históricas*. Disponível em: <<http://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?t=taxa-analfabetismo&vcodigo=PD384>>. Acesso em 13/02/16.

INSITUTO DE PESQUISAS E ESTRATÉGIAS ECONÔMICAS DO CEARÁ. Impactos da copa das confederações na economia cearense: Uma avaliação a partir do fluxo turístico. *IPECE Informe*, n. 69, Dez 2013.

INSTITUTO POLÍTICAS ALTERNATIVAS PARA O CONE SUL - PACS E JUSTIÇA GLOBAL. *Na sombra dos megaeventos no Brasil*. Rio de Janeiro: PACS, 2012.

JENNINGS, Andrew. *Jogo Sujo*. São Paulo: Panda Books, 2011.

JÚNIOR, Admir; MAGALHÃES, Aline; DOMINGUES, Edson. *Nordeste e a Copa do Mundo 2014: Impactos Econômicos de Megaeventos Esportivos*. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/eventos/forumbnb2010/docs/nordeste.pdf>. Acesso em 06/05/14.

LEFEBVRE, Henry. *O direito à cidade*. 3ª edição. São Paulo: Centauro, 2001.

_____, *A revolução urbana*. Belo horizonte, MG: EDUFMG, 1999.

LEITE, Rogério Proença. *Contrausos da Cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. Campinas: Ed. UNICAMP, 2004.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. Lisboa: edições 70, 1999.

MARTINS, Juciano Rodrigues. Mobilidade Urbana nos Megaeventos Esportivos: panorama crítico das ações e projetos para a Copa do Mundo 2014 in: JÚNIOR, Orlando Alves do Santos (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas in: *Sociologia e Antropologia*, volume II, São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária, 1974.

MESQUITA, Erle Cavalcante. *Informalidade no mercado de trabalho de Fortaleza: dimensão e características*. Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho, 2008. 41 p.

MOYSÉS, A. *Fifa ganha mais com mundial do que países organizadores*. RFI: português, 11 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.portugues.rfi.fr/copa-2010/20100611-fifa-ganha-mais-com-mundial-do-que-paisesorganizadores-0>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

MYSÉS, Arlete Rodrigues. Os megaeventos na produção e reprodução do espaço urbano. *Geotextos*, vol 9, n.2, dez.2013.

OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. *O poder dos jogos e os jogos de poder: os interesses em campo na produção de uma cidade para o espetáculo esportivo*. Tese apresentada ao Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ: Rio de Janeiro, 2012.

OLIVEIRA JÚNIOR, Ricardo César Gadelha de. *Megaeventos esportivos: aspectos econômicos, urbanísticos e simbólicos*. Porto Alegre - RS: Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Regional, 2015.

OMENA, Erick. A “Copa das Manifestações” e os Processos de Governança Urbana no Brasil *in*: JÚNIOR, Orlando Alves do Santos; GAFFNEY, Christoffer; RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

_____. Não Foi Só Por 20 Centavos: a “copa das manifestações” e as transformações socioeconômicas recentes nas metrópoles brasileiras *in*: JÚNIOR, Orlando Alves do Santos; GAFFNEY, Christoffer; RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

PAIVA, Ricardo Alexandre. *Arena Castelão em Fortaleza: destruição do moderno ou (des)construção contemporânea?* Salvador - BA: Encontro Internacional Arquimemória, maio de 2013.

_____. Urbanização e políticas de turismo no Ceará, Brasil. *Revista Turismo e Desenvolvimento* nº21/22, 2014.

_____. Eventos e megaeventos: ócio e negócio no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo: set/dez de 2015. 479-499pp.

_____. O turismo e os ícones urbanos e arquitetônicos. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos*, vol 16, maio de 2014, p.107-123.

PARENTE, Josênio C. O Ceará do "coronéis" (1945 a 1986) *in*: SOUZA, Simone de (org.). *Uma nova História do Ceará*. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2000. p. 448.

PASSARINHO, Paulo *et al* (org.). *Os Anos Lula*. Rio de Janeiro, RJ: Garamond, 2010.

PATURY, Felipe. Bola para fora. *Revista Época*. Primeiro Plano, 10 dez 2012.

PEQUENO, Renato *et al* (org.). *Fortaleza: os impactos da copa do mundo 2014*. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2015.

PINHEIRO, Valéria. A cidade em movimento: arranjos institucionais, arenas decisórias e resistências urbanas em função do projeto copa em Fortaleza *in*: PEQUENO, Renato *et al* (org.). *Fortaleza: os impactos da copa do mundo 2014*. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2015.

PINTO, Georges José. Planejamento estratégico e *city marketing*: a nova face das cidades no final do século XX. *Revista Caminhos de Geografia*, Programa de Pós-graduação em Geografia.

PORTO, Patricia Carvalho da Rocha. *A Marca de Alto Renome e a Marca Notoriamente Conhecida*. Disponível em: <http://www.nbb.com.br/pub/propriedade20.pdf>. Acesso em 29/10/2016.

PONTE, Sebastião Rogério. *Fortaleza Belle Époque*. 3ª ed. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2001. p. 208.

PRONI, Marcelo Weishaupt. Observações sobre os impactos econômicos esperados dos Jogos Olímpicos de 2016. *Revista Motrivivência* Ano XXI, N° 32/33, 49-70 pp.

RIÉRA, Carlés. *Desenvolvimento urbano em Barcelona: conflito de vizinhança e consenso midiático*. Disponível em: <http://www.ibase.br/modules.php?name=conteudo&pid=847>>. Acesso em 27/08/08.

RODRIGUES, Nelson. *A Pátria de Chuteiras*. Disponível em: <http://www.ediouro.com.br/lancamentosdenelsonrodrigues/livros/ImagePatriaDeChuteiras%20em%20Baixa.pdf>>. Acesso em 10/09/16.

ROLNIK, Raquel. *Que legado a copa do mundo deixará para nossas cidades?* Disponível em: <https://raquelrolnik.wordpress.com/2014/02/06/que-legado-a-copa-do-mundo-deixara-para-as-nossas-cidades/>>. Acesso em 01/06/2014.

ROMÃO, Wagner de Melo. As Manifestações de Junho e os Desafios à Participação Institucional *In*: IPEA. *Boletim de Análise Político-institucional*. Brasília - DF: Ipea, 2013.

ROMERO, Rafela Dias; RIBEIRO, Paulo César. *Análise de Impactos Relacionados à Mega-Eventos e seus custos para o Brasil*. Anais do VII Rio de Transportes: junho de 2009.

SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó - SC: Argos, 2010.

_____; GUTERMAN, Bruna; SANTOS, Rosane Rebeca. *Projetos em disputa no espaço público: a cena urbana dos megaeventos*. São Paulo: III Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, 2014.

SANTOS JÚNIOR, Orlando Alves do Santos; GAFFNEY, Christoffer; RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (org.). *Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

SASSEN, Saskia. *As cidades na economia mundial*. São Paulo: Nobel, 1998.

SEIXAS, João. Os Mega eventos na Cidade: imagética social, política econômica e governança urbana. *Revista E-metropolis*, nº 2 ano 1, set 2010.

SILVA, Marco Antônio Ferreira da. Uma Fortaleza de Risos e Molecagens *in*: SOUZA, Simone de; NEVES, Frederico de Castro (org.). *Comportamentos*. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2002.

SILVA, J. Gestão da Segurança em Megaeventos Esportivos. In DaCOSTA, L.P. (Org) *Atlas do Esporte no Brasil* (versão digital), Porto Alegre: CREF2, 2006, p. 20.17 – 20. Disponível em: <www.atlasesportebrasil.org.br>, acessado em out 2011.

SISTEMA NACIONAL DE EMPREGO/ INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO. Informalidade no mercado de trabalho de Fortaleza: dimensão e características. Disponível em: <http://www.sineidt.org.br/PortalIDT/arquivos/publicacao/INFORMALIDADE%20DO%20MERCADO%20DE%20TRABALHO%20DE%20FORTALEZA.pdf>. Acesso em 28/09/2016).

SOUZA, Simone de (org.). *Uma nova História do Ceará*. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2000. p. 448.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 7ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

VAINER, Carlos. Pátria, Empresa e Mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano; *in* ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia; VAINER, Carlos (org.). *A Cidade do Pensamento Único*. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. 75-101pp.

VARGAS, Heliana Comin; LISBOA, Virgínia Santos. Dinâmicas espaciais dos grandes eventos no cotidiano da cidade: significados e impactos urbanos. São Paulo: *Cad. Metropolitano*, v. 13, n. 25, 145-161 pp.

VASCONCELOS, Leonardo C. *Um Centro para uma Cidade (Pós-)Moderna: a Requalificação do Centro Histórico de Fortaleza*. Fortaleza, CE: Dissertação de

Mestrado apresenta ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC).

WEBER, Maria Helena. O estatuto da Imagem pública na disputa política. *Revista ECO-pós*, v.12, n.3, setembro-dezembro, 2009.

_____. Na comunicação pública, a captura do voto. *Revista Logos 27: Mídia e democracia*. Ano 14, 2º semestre, 2007.

WISNIK, José Miguel. *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*. São Paulo, SP: Cia. das Letras, 2008.

ZANDONADI, Viviane. Empresas em Campo. *Revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, p. 38-47, out. 2012.

ZUKIN, Sharon. Paisagens Urbanas Pós-Modernas: Mapeando Cultura e Poder in: ARANTES, Antônio (org.), *O Espaço da Diferença*. Campinas - SP: Papyrus, 2000.

Referências de Notícias de Sites e Jornais Eletrônicos

ALCOA. *Terminal Marítimo de Passageiros de Fortaleza: atração turística que prioriza a beleza natural de Praia Mansa*. Disponível em: <https://www.alcoa.com/brazil/aluminioecia/pt/downloads/obra_em_destaque/lancamento_obra_TERMINAL_MARITIMO.pdf>. Acesso em 29/09/16.

ARENA CASTELÃO. *História do Castelão*. Disponível em: <<http://www.arenacastelao.com/site/o-castelao/historia-do-castelao>>. Acesso em 10 out 2012.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO CEARÁ. *Frei Tito*. Disponível em: <<http://www.al.ce.gov.br/index.php/institucional/frei-tito>>. Acesso em 21 set 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. *Brasil é 51º em ranking mundial de Competitividade em Turismo*. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2013/03/brasil-e-51%C2%B0-em-ranking-mundial-de-competitividade-em-turismo/>>. Acesso em 12 nov 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. IBGE divulga dados estatísticos de rádio e tv. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/site/index.php?/noticias/todas-noticias/ibge-divulgados-estatisticos-de-radio-e-tv.html>>. Acesso em 11 dez 2012.

BBC ON LINE. *FIFA faturamento*. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/06/110601_fifa_faturamento_dg.shtml>. Acesso em 10 dez 2012.

_____. *Copa de 2014 será 'pesadelo logístico', diz jornal britânico*. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/06/120626_brasil_copa_independente_bg.shtml>. Acesso em 13 mai 2014.

_____. FIFA teve faturamento de US\$ 1,3 bilhão em 2010. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/06/110601_fifa_faturamento_dg.shtml>. Acesso em 10 dez 2012.

BLOG DIÁRIO NA COPA. Disponível em: <blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/>. Acesso em março de 2016.

BLOG DO ELIOMAR. *Governador e secretário distribuem convites para a inauguração da Arena Castelão*. Disponível em: <<http://blog.opovo.com.br/blogdoeliomar/governador-e-secretario-distribuem-convites-para-a-inauguracao-da-arena-castelao/>>. Acesso em: 11 dez 2012.

BLOG DO TORCEDOR. *Fifa faturou R\$ 16 bilhões com a Copa no Brasil*. Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/torcedor/2015/03/19/fifa-faturou-a-bagatela-de-r-16-bilhoes-com-a-copa-no-brasil/>>. Acesso em 28 set 2016.

BLOG EU AMO MEUS ANIMAIS. *Tatu-bola – o Mascote da Copa do Mundo no Brasil*. Disponível em: <<http://euamomeusanimais.com.br/tatu-bola-o-mascote-da-copa-mundo-brasil/#ixzz4LZ25YY00>>. Acesso em 07 mai 2016.

BLOG LÍNGUA FERINA. *“Tsunami”: Manifestações chegam ao interior e fora do Brasil*. Disponível em: <<http://candidoneto.blogspot.com.br/2013/06/tsunami-manifestacoes-chegam-ao.html>>. Acesso: 26 mai 2014.

BLOG MÁQUINA DO ESPORTE. *Fifa anuncia maior faturamento de sua história*. <http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/fifa-anuncia-maior-faturamento-de-sua-historia_26125.html>. Acesso em 22 fev16.

B9. *E a Logo da Copa das Confederações e do Brasil?* Disponível em: <<http://www.b9.com.br/28357/design/e-o-logo-da-copa-das-confederacoes-2013-no-brasil/>>. Acesso em 07 mai 2016.

CARTA CAPITAL. *Legado pra quem?* Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/legado-pra-quem-2835.html>>. Acesso em 30 abr 2016.

CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ. *O Centro de Eventos do Ceará*. Disponível em: <<http://centrodeeventos.ce.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/cec-2016-600x400.jpg>>. Acesso em 28 set 2016.

COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL. *National olympic committees*. Disponível em: <<https://www.olympic.org>>. Acesso em 27 set 2016.

CORREIO BRAZILIENSE. *Ao lado de Goiânia, Fortaleza e Belo Horizonte, a Brasília está entre as que apresentam as maiores diferenças sociais, diz a ONU.* Disponível em:

<http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2010/03/20/interna_brasil,180918/index.shtml>. Acesso 16 ago 2011.

_____. *Ao Lado de Goiânia, Fortaleza e Belo Horizonte, a Brasília está entre as que apresentam, as maiores diferenças sociais, diz a ONU.* Disponível em <http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2010/03/20/interna_brasil,180918/index.shtml>. Acesso 16 ago 2011.

CRUZEIRO DO SUL ON LINE. *Protesto em Fortaleza tem pelo menos 30 detidos.* Disponível em:

<<http://www.jornalcruzeiro.com.br/materia/553125/protesto-em-fortaleza-tem-pelo-menos-30-detidos>>. Acesso em 24 set 2016.

DIÁRIO DO NORDESTE ON LINE. *Visita de Cid à comunidade que será desapropriada para o VLT tem bate-boca e confusão.* Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/noticia.asp?codigo=357147>>. Acesso em 10 abr 2013.

_____. *Luizianne faz cobrança a Dilma.* Disponível em:

<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/nacional/luizianne-faz-cobranca-a-dilma-1.415884>>. Acesso em 15 mai 2016.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ACESSORIA PARLAMENTAR. *Brasil tem o 3o pior indice de desigualdade do mundo segundo ONU.* Disponível em <<http://www.diap.org.br/index.php/noticias/agencia-diap/13755-brasil-tem-o-3o-pior-indice-de-desigualdade-do-mundo-segundo-onu>>. Acesso 16 ago 2011.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ASSESSORIA PARLAMENTAR. *O Brasil tem o 3º pior índice de desigualdade social.* Disponível em:

<<http://www.diap.org.br/index.php/noticias/agencia-diap/13755-brasil-tem-o-3o-pior-indice-de-desigualdade-do-mundo-segundo-onu>>. Acesso 12 dez 12.

DESIGNERD. *Sobre o logotipo da Copa do Mundo de 2014.* Disponível em:

<<http://www.designerd.com.br/sobre-o-logotipo-da-copa-do-mundo-de-2014/>>. Acesso em 07 mai 2016.

DICIONÁRIO ON LINE DE PORTUGUÊS. *Legado.* Disponível em

<<http://www.dicio.com.br/legado/>>. Acesso em 05 mai 2014.

EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO. *África do Sul enfrenta problemas após a Copa, diz jornalista.* Disponível em:

<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2014/05/africa-do-sul-enfrenta-problemas-quatro-anos-apos-a-copa-diz-jornalista>. Acesso em 28 set 2016.

_____. *Comitê social do Pan teme que jogos não deixem legado significativo para o Rio.* Disponível em:

<<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2007-07-13/comite-social-do>

pan-teme-que-jogos-nao-deixem-legado-significativo-para-rio>. Acesso em: 21/09/16.

ESPN BRASIL. *País dos atrasos diz Blatter ao Brasil*. Disponível em: <<http://www.espbr.com/noticias/pais-atrasos-estou-fifa-diz-blatter-brasil>>. Acesso em 13 mai 2015.

ESTADÃO ON LINE. *Valorização de imóveis foi a maior do mundo nos últimos 5 anos*. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,valorizacao-de-imovel-no-brasil-foi-a-maior-do-mundo-nos-ultimos-5-anos,175663>>. Acesso em 12 nov 2015.

_____. *Fifa anuncia a saída de Jerome Valcke*. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-anuncia-saida-de-jerome-valcke,1764255>>. Acesso em: 20 fev 2016.

_____. *Fifa não cita protestos em relatório da Copa das Confederações*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,fifa-nao-cita-protestos-em-relatorio-da-copa-das-confederacoes,1166642,0.htm>>. Acesso em 14 mai 2014.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Conheça os índices de saneamento básico no Brasil*. Disponível em <<http://www.fiesp.com.br/noticias/infografico-conheca-os-indicadores-de-saneamento-basico-no-brasil/>>. Acesso em 15 fev 2013.

FIFA. *Big Count 2006: 270 million people active in football*. FIFA. Disponível em: <http://www.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/bigcount.statspackage_7024.pdf>. Acesso em 15 fev 2013.

FOTOS PÚBLICAS. *Seleção brasileira realiza treino de reconhecimento na Arena Castelão, em Fortaleza*. Disponível em: <<http://fotospublicas.com/copa-mundo-fifa-2014/selecao-brasileira-realiza-treino-de-reconhecimento-na-arena-castelao-em-fortaleza/>>. Acesso em 12 dez 2014.

FROTA, Lara. *Estádio de Fortaleza visto por outro ângulo*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=515956608526495&set=a.454404544681702.1073741827.100003364804051&type=1&theater>>. Acesso em 22 mai 2014.

GAZETA DO POVO ON LINE. *Copa tem segunda melhor média de público da história*. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/copa/2014/copa-tem-segunda-melhor-media-de-publico-da-historia-eauyjqh0y24wobif9f4vr5rv2>>. Acesso em: 17 nov 2015.

GUINNESS WORLD RECORDS. *Largest carnival*. Disponível em: <<http://www.guinnessworldrecords.com/records-11000/largest-carnival/>>. Acesso em 02 mai 2014.

INESC. *Encontro reúne comitês populares da Copa*. Disponível em: <<http://www.inesc.org.br/noticias/noticias-do-inesc/2011/agosto/encontro-reune-comites-populares-da-copa>>. Acesso em 30 abr 2016.

INFRAERO. *Aeroporto Internacional Pinto Martins*. Disponível em: <www.infraero.gov.br>. Acesso em 01 jun 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO E ESTATÍSTICA. *Número de pessoas com acesso à internet no Brasil chega a 105 milhões*. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes.aspx>>. Acesso em 06 mai 2014.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL DO CEARÁ. *Ideci Gestor*. Disponível em: <<http://idecigestor.ideci.ce.gov.br>>. Acesso em 23 fev 2016.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO DE FORTALEZA. *Fortaleza em Mapas*. Disponível em: <<http://mapas.fortaleza.ce.gov.br/#/>>. Acesso em 20 set 2016.

JORNAL O ESTADO DO CEARÁ. *Hotelaria fecha 2015 com alta de 3,84% no Ceará*. Disponível em: <<http://www.oestadoce.com.br/economia/hotelaria-fecha-2015-com-alta-de-384-no-ceara>>. Acesso em 04 mai 2016.

LANCENET. *Faturamento da Fifa com a Copa já chega a R\$ 1,6 bilhão*. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Lucro-Fifa-Copa-2014-chega-bilhao_0_673132872.html>. Acesso em 10 fev 2012.

_____. *Valcke dá prioridade para Brasil na Organização da Copa*. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Valcke-Prioridade-Brasil-Copa-organiza-la_0_656334478.html>. Acesso em: 13/05/14.

PORTAL DA COPA 2014. *Centros de treinamentos das seleções*. Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/copa/cts>>. Acesso em 20 fev 2016.

_____. *Copa das Confederações rendeu R\$ 9,7 bilhões ao PIB brasileiro. Projeção para a Copa é de R\$ 30 bilhões*. Disponível em <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-das-confederacoes-rendeu-r-97-bilhoes-ao-pib-brasileiro>>. Acesso em 20 fev 2016.

_____. *Brasil - Grandes Números*. Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/sobre-a-copa/grandes-numeros>>. Acesso 12 dez 2012.

_____. *A arena dos negócios da copa*. Disponível em <<http://www.copa2014.org.br>>. Acesso em 16 ago 2011.

_____. *Copa das Confederações: Cerca de 73% dos ingressos foram vendidos para moradores das cidades-sede*. Disponível em:

<<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-das-confederacoes-cerca-de-73-dos-ingressos-foram-vendidos-para-moradores-das-cidades-0>>. Acesso em: 15 mai 2014.

_____. *Obras do Porto de Fortaleza chegam a 87% de conclusão.*

Disponível em:

<<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/obras-do-porto-de-fortaleza-chegam-a-87-de-conclusao>>. Acesso em 17 set 2016.

_____. *Ingressos para a Copa do Mundo custarão a partir de R\$ 30.*

Entenda como será a venda. Disponível em:

<<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/ingressos-para-a-copa-do-mundo-custarao-a-partir-de-r-30>>. Acesso em 12/12/14.

_____. *Campos de treinamento de Fortaleza prontos para receber as*

seleções. Disponível em:

<<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/campos-de-treinamento-de-fortaleza-prontos-para-receber-selecoes>>. Acesso em 12 dez 2014.

_____. *Copa do Mundo tem mais de 95% dos ingressos vendidos.*

Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-do-mundo-tem-955-dos-ingressos-vendidos>>. Acesso em 25 set 2016.

PORTAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. *Primeira reunião de Trabalho do Conselho da Cidade debate planejamento.* Disponível em:

<<http://www.fortaleza.ce.gov.br/fortaleza2040/noticias/gestao/primeira-reuniao-de-trabalho-do-conselho-da-cidade-debate-planejamento>>. Acesso em: 30 abr 2016.

O GLOBO ONLINE. *Em Fortaleza, a história invisível do menino que sonha em ser turista.* Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/em-fortaleza-historia-invisivel-do-menino-que-sonha-em-ser-turista-13009622#ixzz48jsqhqS6>>. Acesso em 24 fev 16.

_____. *Fifa divulga números de audiência da Copa de 2014: mais de 1 bi na final.*

Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2015/12/fifa-divulga-numeros-de-audiencia-da-copa-de-2014-mais-de-1-bi-na-final.html>>. Acesso em 12 set 2016.

_____. *Copa das Confederações não aumentou o turismo no Brasil em junho.*

Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/economia/copa-das-confederacoes-nao-aumentou-turismo-no-brasil-em-junho-9139844>>. Acesso em 14 mai 2014.

_____. *Manifestações pelo país reúnem 1 milhão de pessoas em pelo menos 80 cidades.* Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/manifestacoes-pelo-pais-reunem-1-milhao-de-pessoas-em-pelo-menos-80-cidades-8764449>>.

Acesso em 15 mai 2014.

_____. *Em Fortaleza, a história invisível do menino que sonha em ser turista*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/em-fortaleza-historia-invisivel-do-menino-que-sonha-em-ser-turista-13009622>>. Acesso em 24 fev 2016.

O POVO ON LINE. *Defensoria investiga denúncia de higienização de moradores de rua*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2013/06/27/noticiasjornalcotidiano,3081619/defensoria-investiga-denuncia-de-higienizacao-de-moradores-de-rua.shtml>>. Acesso em 24 fev 2016.

_____. *Copa do Mundo deixará legado para o futuro*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/hotsite/copa2014/intervencoes-urbanas.html>>. Acesso em 16 ago 2011.

_____. *Brasil não tem adotado políticas satisfatórias de mobilidade para os eventos esportivos internacionais, avaliam especialistas*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/maisnoticias/brasil/2012/07/07/noticiasbrasil,2874147/brasil-nao-tem-adotado-politicas-satisfatorias-de-mobilidade-para-os-e.shtml>>. Acesso em 03 dez 2012.

_____. *Reservatórios do Ceará atingem menor nível da década*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2015/09/08/noticiasjornalcotidiano,3501068/reservatorios-do-ceara-atingem-menor-nivel-da-decada.shtml>>. Acesso em 21 fev 2016.

_____. *Segundo viaduto da Raul Barbosa tem trânsito liberado*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/09/05/noticiafortaleza,3656818/segundo-viaduto-da-raul-barbosa-tem-transito-liberado.shtml>>. Acesso em 29/09/16.

PLACAR ON LINE. *Arena Castelão*. Disponível em: <<http://www.placar.abril.com.br>>. Acesso em 31 mar 2016.

PORTAL DO HOLANDA. *Seleção italiana ameaça deixar o Brasil: “Não queremos jogar numa praça de guerra”*. Disponível em: <<http://www.portaldoholanda.com.br/futebol/selecao-italiana-ameaca-deixar-brasil-nao-queremos-jogar-em-uma-praca-de-guerra#.U3VIAyi2dp0>>. Acesso em 15 mai 2014.

PORTAL DOS DIREITOS DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES. *Meia-entrada na Copa do Brasil em 2014*. Disponível em: <<http://www.direitosdacrianca.gov.br/temas/esporte/em-pauta>>. Acesso em: 12 set 2016.

PORTAL IG. *Por determinação da Fifa, seleção frustra torcida e fecha treino em Fortaleza*. Disponível em: <<http://copadomundo.ig.com.br/2014-07-03/torcida-lota-arredores-do-presidente-vargas-para-ver-a-selecao-brasileira.html>>. Acesso em 12 dez 2014.

PORTAL G1. *Ranking coloca Fortaleza como 7ª cidade mais violenta do mundo*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/11/ranking-coloca-fortaleza-como-7-cidade-mais-violenta-do-mundo.html>>. Acesso em 20 fev 2016.

_____. *Fifa exigiu mudanças na justiça da África do Sul*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2010/06/fifa-exigiu-mudancas-na-justica-da-africa-do-sul.html>>. Acesso em 12 set 2016.

_____. *Fortaleza passa a operar voo para direto Guiana Francesa em agosto* <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2016/06/fortaleza-passa-operar-voos-para-direto-guiana-francesa-em-agosto.html>>. Acesso em 15 set 2016.

_____. *Moradores do entorno do Castelão reclamam de falta d'água e saneamento básico*. Disponível em: <<http://globotv.globo.com/tv-verdes-mares/bom-dia-ceara/v/moradores-do-entorno-do-castelao-reclamam-de-falta-dagua-e-saneamento-basico/2629564/>>. Acesso em: 22 mai 2014.

_____. *Veja capitais que tiveram aumento nas tarifas de ônibus em 2013* <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-capitais-que-tiveram-aumento-nas-tarifas-de-onibus-em-2013.html>>. Acesso em 22 set 2016.

_____. *ONGs denunciam aumento da exploração sexual no Ceará*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/06/ongs-denunciam-aumento-da-exploracao-sexual-no-ceara.html>>. Acesso em 24 set 2016.

RÁDIO VERDES MARES ON LINE. *A 9 dias para início da Copa, ministro da Aviação Civil vem a Fortaleza avaliar Puxadinho*. Disponível em: <<http://www.verdinha.com.br/noticias/6788/8-dias-para-inicio-da-copa-ministro-da-aviacao-civil-vem-fortaleza-avaliar-puxadinho/>>. Acesse em: 12 set. 2016.

RFI ON LINE. *Colombianos e brasileiros fazem festa antes da partida em Fortaleza*. Disponível em: <<http://pt.rfi.fr/esportes/20140704-torcedores-da-colombia-e-brasil-fazem-festa-antes-da-partida-em-fortaleza>>. Acesso em 01 mai 2016.

RIO NEGÓCIOS. *Fifa elogia obras de Fortaleza para a Copa*. Disponível em: <<http://rio-negocios.com/en/fifa-elogia-obras-de-fortaleza-para-a-copa>>. Acesso em 21 mai 2014.

RJ NOTÍCIAS. *Seleção recebe o apoio da torcida brasileira, mas protesto acontecem no Castelão*. Disponível em: <<http://www.rjnoticias.com/2013/06/selecao-recebe-o-apoio-da-torcida-brasileira-mas-protesto-acontecem-no-castelao/>>. Acesso em 26 mai 2014.

R7. *Ameaçada de sair da Copa, Curitiba vive Dia D nesta terça-feira*. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/fotos/ameacada-de-sair-da-copa-curitiba-vive-dia-d-nesta-terca-feira-18022014>>. Acesso em 07 mai 2014.

SERVIÇOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. *Análise Copa das Confederações – Consumidor*. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/spcbrasil/spc-brasil-analisecopaconfederacoesconsumidorvfdoc>>. Acesso em: 20 fev 2016.

TERRA ONLINE. *Fifa Confirma Brasil como único candidato à Copa*. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/noticias/0,,OI1547266-EI2045,00-Fifa+confirma+Brasil+como+unico+candidato+a+Copa+de.html>>. Acesso em: 15 fev 2013.

_____. *Obra para a Copa de 2014 ameaça 5 mil famílias em Fortaleza* <<http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/obra-para-a-copa-de-2014-ameaca-5-mil-familias-em-fortaleza,b8fd5aa703081410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 01 jun 2014.

_____. *Projeto de despoluição do Rio Cocó entra na terceira fase*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/08/10/noticiafortaleza,3645787/projeto-de-despoluicao-do-rio-coco-esta-na-terceira-fase.shtml>>. Acesso em 17 set 2016.

_____. *Operários comemoram escolha de Fortaleza para a Copa das Confederações*. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/brasil2014/noticias/0,,OI5425702-EI10545,00-Operarios+comemoram+escolha+de+Fortaleza+para+a+Copa+das+Confederacoes.html>>. Acesso em: 17 set 2016.

_____. *Francesa perto de assumir Arena Castelão*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/colunas/verticalsa/2014/02/15/noticiasverticalsa,3207188/2014-1602ec2617-secretario.shtml>>. Acesso em 06/05/16.

_____. *Imagens: juiz aposentado enfrenta a polícia em protesto em Fortaleza*. Disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/galeria/2013/06/28/interna_galeria_fotos,943/imagens-juiz-aposentado-enfrenta-a-polica-em-protesto-em-fortaleza.shtml>. Acesso em 26 mai 2014.

_____. *Defensoria investiga denúncia de higienização de moradores de rua*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2013/06/27/noticiasjornalcotidiano,3081619/defensoria-investiga-denuncia-de-higienizacao-de-moradores-de-rua.shtml>>. Acesso em 24 fev 2016.

_____. *Ambulantes e "sem ingressos" circulam na porta do Castelão*. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/copa-2014/ambulantes-e-sem-ingresso-circulam-na-porta-do>>

castelao,9c7f7384c9aa6410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html.
> Acesso em: 01 mai 2016.

_____. *Maracanã? Mineirão? Maior público pós-Copa é do Castelão*. Disponível em:

<<http://esportes.terra.com.br/futebol/copa-nordeste/ceara-x-bahia-no-castelao-bate-recorde-de-publico-no-brasil-pos-copa,b4a81fe0f5dd2a6050df3e34e4f6e6aahysqRCRD.html>>. Acesso em 06 mai 2016.

SIGNIFICADOS. *Significado de Citius, Altius e Fortius*. Disponível em:
<<https://www.significados.com.br/citius-altius-fortius/>>. Acesso em 28 set 2016.

SINDICATO DOS JORNALISTAS DO CEARÁ. *O Diário do Nordeste e o Povo estão entre os 50 maiores jornais do Brasil*. Disponível em:

<<https://m.facebook.com/notes/sindjorce/di%C3%A1rio-do-nordeste-e-o-povo-est%C3%A3o-entre-os-50-maiores-jornais-do-brasil/81144325558032/>>. Acesso em 28 set 2016.

SKYSCRAPERCITY. *Fortaleza – Estrutura Para a Copa 2014*. Disponível em:
<<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=765420>>. Acesso em 23 mai 2014.

SUPERESPORTES ON LINE. *Carona em bicicletas vira negócio perto do Castelão durante a Copa do Mundo*. Disponível em:

<<http://www.superesportes.com.br/app/18,625/2014/06/24/internacional/30859/carona-em-bicicletas-vira-negocio-perto-do-castelao-durante-a-copa-do-mundo.shtml>>. Acesso em: 24 set 2016.

THE TELEGRAPH. *World Cup 2014: Brazil passion burns brightly in Fortaleza*.

Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/sport/football/world-cup/10900001/World-Cup-2014-Brazil-passion-burns-brightly-in-Fortaleza.html>>. Acesso em 01 mai 2016.

TRIPADVISOR. *Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura*. Disponível em:
<tripadvisor.com.br>. Acesso em 01 jun 2014.

TRIBUNA DE CIANORTE. *Brasil diminuiu desigualdade nos últimos dez anos, aponta Ipea*. Disponível em: <<http://www.tribunadecianorte.com.br/brasil/brasil-diminuiu-desigualdade-nos-ultimos-dez-anos-aponta-ipea-21927/>>. Acesso em 08 dez 2012.

TRIBUNA DO CEARÁ. *Crescimento do valor de imóveis gera especulação de possível “bolha imobiliária” em Fortaleza*. Disponível em:<tribunadoceara.uol.com.br/noticias/fortaleza/crescimento-do-valor-de-imoveis-gera-especulacao-de-possivel-bolha-imobiliaria-em-fortaleza>. Acesso em 27 set 2016.

_____. *Presidente da Fifa elogia a conclusão do Castelão*. Disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/esportes/castelao/presidente-da-fifa-elogia-a-conclusao-do-castelao/>>. Acesso em: 21 mai 2014.

_____. *Arena Castelão tem prejuízo de R\$ 1 milhão por mês*. Disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/esportes/futebol-cearense-2/arena-castelao-custa-r-11-milhao-mensal-para-manutencao/>>. Acesso em 06 mai 2016.

UNIVERSO ON LINE. *Fifa anuncia maior faturamento de sua história*. Disponível em: <http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/fifa-anuncia-maior-faturamento-de-sua-historia_26125.html>. Acesso em 22 fev 2016.

_____. *Copa gera especulação imobiliária próxima ao Itaquerão*. Disponível em <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/10/08/copa-gera-especulacao-imobiliaria-proximo-ao-itaqueroa.htm>>. Acesso em 12 mai 2014.

_____. *Seleções devem usar aeroportos militares para evitar 'caos' durante a Copa* <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/03/18/delegacoes-poderao-usar-aeroportos-militares-durante-a-copa-do-mundo>>.htm.

_____. *Marca da candidatura de Fortaleza a sede da Copa do Mundo de 2014*. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/album/fortaleza_album.htm#fotoNav=4>. Acesso em 01 jun 2014.

VARELA NOTÍCIAS. *Léo Santana rasga camisa e canta para 72 mil pessoas na Fan Fest de Fortaleza*. Disponível em: <<http://varelanoticias.com.br/leo-santana-rasga-camisa-e-canta-para-72-mil-pessoas-na-fan-fest-de-fortaleza/>>. Acesso em 24 set 2016.

VEJA ON LINE. *Perguntas & Respostas - Copa do Mundo de 2014*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/copa_do_mundo/#5>. Acesso em 07 mai 2014.

WIKIPEDIA. *Copa do Mundo FIFA*. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA>. Acesso em 16 ago 2011.

ZAP IMÓVEIS. *Imóveis*. Disponível em: <<http://www.zap.com.br/imoveis/fipe-zap-b/>>. Acesso em 24 abr 2016.

Vídeos

Brasil 2014 (anuncio oficial). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=IFxgh1vOv4E>>. Acesso em 13 mai 2014.

CEARÁ. *Maquete Eletrônica Castelão - Fortaleza, Ceará*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=E9jhiAOXwKo>>. Acesso em 03 jun 2014.

FIFA. *World Cup Host City: Fortaleza*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hlz_3dm3tPM>. Acesso em: 09 mai 2016.

REAL INVEST BRAZIL. *Conheça Fortaleza Copa 2014*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=wl96185iBbc>>. Acesso em 03 jun 2014.

Vergonha!!! Cid faz rolo com empresários da construção. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_pt5fREtRqE>. Acesso em 11 mai 2016.

Observações de campo

- Copa das Confederações (Brasil x México - dia 19/06/13; Espanha x Nigéria - 23/06/13; Espanha x Itália - 27/06/13);
- Copa do Mundo de Futebol em Fortaleza (Uruguai x Costa Rica - 14/06/14; Alemanha x Gana - 21/06/14; Grécia x Costa do Marfim -24/06/14);
- visitas às *Fifa Fan Fests* (13 e 29/06/14) e treinos da seleção brasileira em Fortaleza (15 e 16/06/14);
- manifestações ocorridas em Fortaleza durante o período da realização da Copa das Confederações de 2013 (19/06/13) e Copa do Mundo de 2014 (17/06/14);

Entrevistas e gravações

- gravação de audiências públicas que compuseram o Ciclo de Debates promovidos de 9 a 11 de julho de 2013 pela UFC, que discutiam os impactos da Copa em Fortaleza;
- entrevistas gravadas com torcedores e jornalistas durante os treinos da seleção brasileira em Fortaleza no dia 18/06/13;
- entrevista gravada com o secretário da Copa do Governo do Estado, realizada no dia 11/11/14.

ANEXO A

Quadro 21 - Empreendimentos/ações em mobilidade urbana previstos ou executadas nas cidades-sede da Copa 2014

UF	Cidade-sede	Situação para Copa	Obra	Valor previsto (em R\$)	Valor pago (em R\$)	Percentual da execução física (%)	Data da informação de atualização	Previsão de entrega
BA	Salvador	Entregue	Entorno Estádio Fonte Nova: Microacessibilidade	12.400.000,00	12.400.000,00	100	31/07/2014	jul/13
BA	Salvador	Descartada para a Copa	Entorno Estádio Fonte Nova: rotas de Pedestres	7.200.000,00	sem registro	33	31/07/2014	Indeterminado
CE	Fortaleza	Entregue incompleta	BRT Avenida Paulino Rocha/Rotatória Castelão	65.900.000,00	39.750.316,94	72	31/07/2014	jun/14
CE	Fortaleza	Entregue incompleta	BRT Avenida Alberto Craveiro	41.400.000,00	20.702.964,46	75	31/07/2014	jun/14
CE	Fortaleza	Descartada para a Copa	BRT Avenida Dedé Brasil	41.600.000,00	1.880.415,78	9	31/07/2014	Indeterminado
CE	Fortaleza	Descartada para a Copa	Estações Padre Cícero e Juscelino Kubitschek	43.500.000,00	11.736.731,73	53	31/07/2014	Indeterminado
CE	Fortaleza	Descartada para a Copa	Eixo Via Expressa / Raul Barbosa	152.000.000,00	695.622,22	16	31/07/2014	2015
CE	Fortaleza	Descartada para a Copa	Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) Paranga-Mucuripe	307.519.777,86	65.122.939,37	51	31/07/2014	Indeterminado
DF	Brasília	Entregue	Ampliação da DF-047	54.250.000,00	37.055.627,31	100	31/07/2014	mai/14
MG	Belo Horizonte	Entregue	Boulevard Arrudas / Tereza Cristina	233.361.933,71	213.517.243,95	100	31/07/2014	jun/13
MG	Belo Horizonte	Entregue	BRT: Antônio Carlos / Pedro I	726.413.690,11	248.408.607,14	92	31/07/2014	Indeterminado
MG	Belo Horizonte	Entregue	BRT: Área Central	75.449.801,33	51.297.638,24	100	31/07/2014	mar/14
MG	Belo Horizonte	Entregue	BRT: Cristiano Machado	55.312.530,55	53.256.034,78	100	31/07/2014	mar/14
MG	Belo Horizonte	Entregue	Corredor Pedro II e Obras Complementares nos BRT's Antônio Carlos/Pedro I e Cristiano Machado	161.605.629,37	50.754.666,78	100	31/07/2014	jun/14
MG	Belo Horizonte	Entregue	Expansão da Central de Controle de Trânsito	31.600.000,00	26.443.051,86	100	31/07/2014	jun/14
MG	Belo Horizonte	Entregue	Via 210 (Ligação Via Minério / Tereza Cristina)	129.616.902,75	54.950.509,80	100	31/07/2014	abr/14
MT	Cuiabá	Entregue incompleta	Adequação Viária e Obras de Acessibilidade à Arena Multiuso Pantanal	76.000.000,00	51.629.801,02	78	30/07/2014	Indeterminado
MT	Cuiabá	Entregue incompleta	Corredor Mário Andreazza	52.900.000,00	25.032.838,65	95	31/07/2014	ago/14

MT	Cuiabá	Descartada para a Copa	VLT: Cuiabá / Várzea Grande	1.577.600.000,00	815.387.968,16	64	31/07/2014	dez/15
PE	Recife	Entregue incompleta	BRT: Leste/Oeste - Ramal Cidade da Copa	196.000.000,00	72.728.993,03	92	31/07/2014	mar/15
PE	Recife	Entregue	Corredor da Via Mangue	430.436.469,19	385.464.092,90	99	31/05/2014	mai/14
PE	Recife	Entregue	Entorno Arena Pernambuco: Estação de metrô Cosme e Damião	7.400.000,00	7.400.000,00	100	31/07/2014	mai/13
PE	Recife	Entregue	Entorno Arena Pernambuco: Viaduto da BR-408	25.000.000,00	25.000.000,00	100	31/07/2014	mar/13
PE	Recife	Entregue	Metrô: Terminal Cosme e Damião	24.500.000,00	24.500.000,00	100	03/10/2014	jun/14
PE	Recife	Descartada para a Copa	BRT: Norte / Sul - Trecho Igarassu / Tacaruna / Centro do Recife	197.700.000,00	41.489.514,37	78	31/07/2014	fev/15
PE	Recife	Descartada para a Copa	Corredor Caxangá (Leste-Oeste)	146.100.000,00	4.995.853,51	79	31/07/2014	dez/15
PR	Curitiba	Entregue incompleta	BRT: Extensão da Linha Verde Sul e Obras Complementares da Requalificação do Corredor Marechal Floriano	28.123.951,30	15.195.271,28	97	31/07/2014	nov/14
PR	Curitiba	entregue incompleta	Corredor Aeroporto / Rodoferroviária - Trecho Municipal	165.300.000,00	55.601.649,67	99	31/07/2014	dez/14
PR	Curitiba	Entregue	Requalificação da Rodoferroviária (inclusive acessos)	47.830.783,80	24.009.205,12	100	31/07/2014	jun/14
PR	Curitiba	Entregue incompleta	Requalificação do Corredor Marechal Floriano - Trecho Municipal	39.430.000,00	20.151.995,60	99	31/07/2014	nov/14
PR	Curitiba	Descartada para a Copa	Sistema Integrado de Monitoramento - Trecho Metropolitano	20.390.326,50	736.507,80	51	31/07/2014	mar/15
PR	Curitiba	Entregue incompleta	Sistema Integrado de Monitoramento - Trecho Municipal	61.260.000,00	57.564.739,97	99	31/07/2014	jul/15
PR	Curitiba	Descartada para a Copa	Requalificação do Terminal Santa Cândida (reforma e ampliação)	12.600.000,00	4.566.754,35	42	31/07/2014	jul/15
PR	Curitiba	Descartada para a Copa	Requalificação do Corredor Marechal Floriano - Trecho Estadual	30.500.000,00	3.179.771,74	60	31/07/2014	mar/15
PR	Curitiba	Descartada para a Copa	Vias de Integração Radial Metropolitanas	56.349.467,22	20.038.057,01	54	31/07/2014	jul/15
PR	Curitiba	Descartada para a Copa	Corredor Aeroporto / Rodoferroviária - Trecho Estadual	65.200.000,00	12.525.339,19	59	31/07/2014	mar/15

RJ	Rio de Janeiro	Entregue incompleta	BRT Transcarioca (Aeroporto / Penha / Barra)	1.969.606.211,94	1.070.264.495,49	99	31/07/2014	ago/14
RJ	Rio de Janeiro	Entregue	Entorno do Estádio do Maracanã: Projeto de Reurbanização do Entorno do Estádio do Maracanã e Ligação com a Quinta da Boa Vista - 1ª Fase	109.000.000,00	109.000.000,00	100	31/07/2014	jan/14
RJ	Rio de Janeiro	Entregue incompleta	Entorno do Estádio do Maracanã: Reformulação e Modernização da Estação Multimodal do Maracanã	178.100.000,00	178.100.000,00	92	31/07/2014	mai/14
RN	Natal	Descartada para a Copa	Acesso ao Novo Aeroporto de São Gonçalo do Amarante	73.100.000,00	sem registro	33	31/07/2014	dez/14
RN	Natal	Descartada para a Copa	Corredor Estruturante – Zona Norte/Estádio Arena das Dunas	370.947.996,91	247.962.492,60	66	31/07/2014	dez/15
RS	Porto Alegre	Entregue	Entorno Beira Rio: 3 Vias de Acesso	8.000.000,00	13.330.388,76	100	31/07/2014	dez/13
RS	Porto Alegre	Entregue incompleta	Projeto de Pavimentação do Entorno do Estádio Beira-Rio	8.700.000,00	sem registro	85	31/07/2014	Indeterminado
SP	São Paulo	Entregue incompleta	Intervenções Viárias no entorno do Polo de Desenvolvimento da Zona Leste	610.507.000,00	sem registro	98	31/07/2014	Indeterminado
TOTAL				8.190.303.005,32	4.140.047.684,80			

Fonte: Portal da Transparência - Copa 2014

ANEXO B

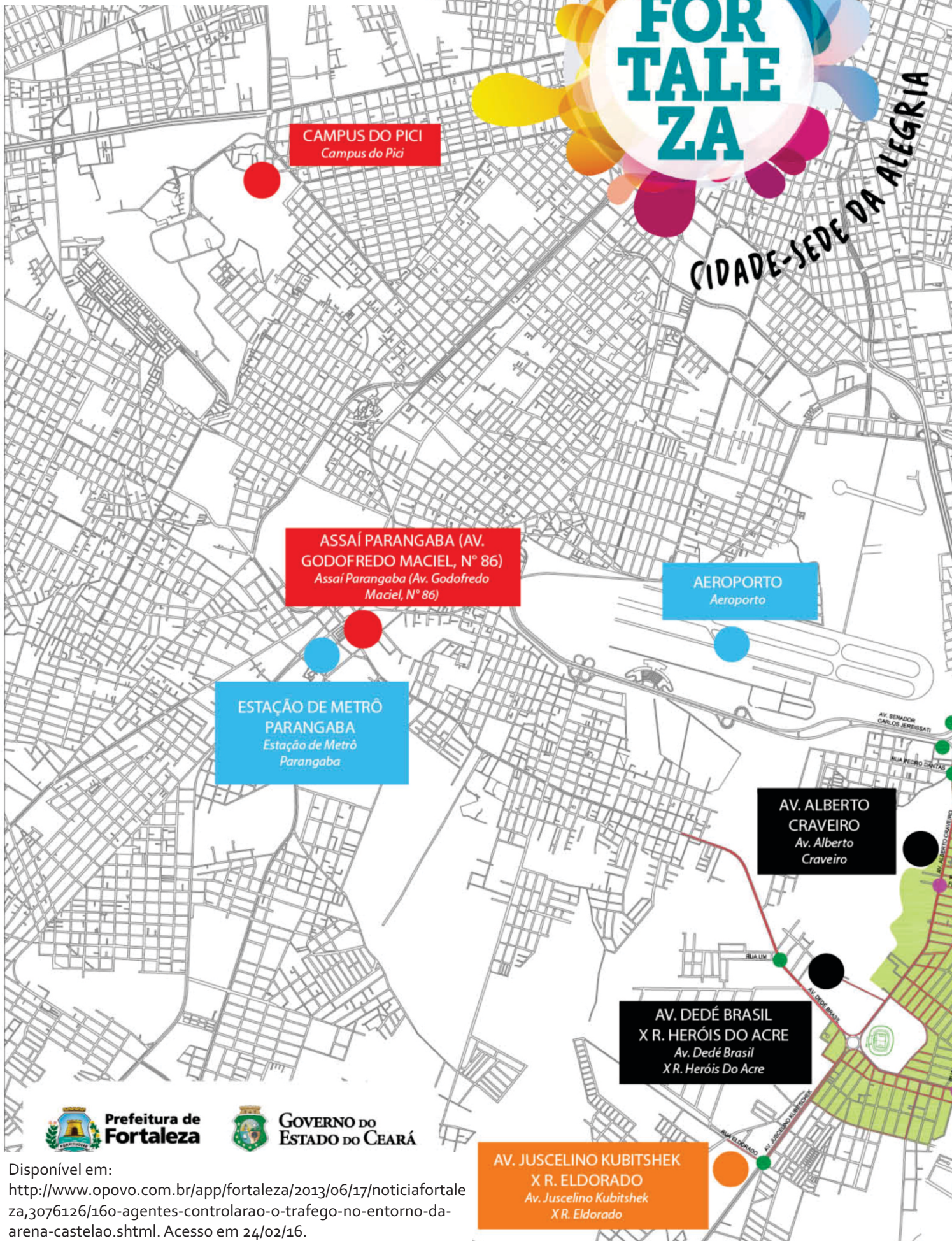
Quadro 22 - Ações na segurança pública para a Copa 2014

Ações de Segurança Pública: Integração de Instituições e Sistemas
Aquisição de sistemas para centralização das operações de segurança
Aquisição de solução para integração dos sistemas de radiocomunicação entre as instituições estaduais e com os órgãos federais
Ações de Segurança Pública: Controle dos Pontos de Entrada no País
Contratação de sistema e equipamentos para aprimorar a segurança nas estradas brasileiras na Copa
Fortalecimento da infraestrutura dos pontos de entrada no País
Ações de Segurança Pública: Segurança do Evento
Aquisição de equipamentos e sistemas para a segurança do evento
Capacitação, campanhas, treinamentos, simulações e fiscalização do efetivo das instituições de segurança.
Ações de Defesa - Aeronáutica
Comando e Controle
Defesa Aeroespacial e Controle do Espaço Aéreo
Emprego de Helicópteros
Ações de Defesa - Exército
Comando e Controle
Defesa Contraterrorismo
Defesa de Estruturas Estratégicas
Defesa Química, Biológica, Radiológica e Nuclear
Emprego de Helicópteros
Fiscalização de Explosivos
Preparo e Emprego da Força de Contingência
Segurança e Defesa Cibernética
Ações de Defesa - Marinha
Comando e Controle
Defesa Contraterrorismo
Defesa de Área Marítima e Fluvial
Defesa de Estruturas Estratégicas
Defesa Química, Biológica, Radiológica e Nuclear
Emprego de Helicópteros
Preparo e Emprego da Força de Contingência
Ações de Defesa - Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas - MD
Comando e Controle
Ações de Segurança Pública: Cooperações Técnicas e Convênios
Abin
Polícia Federal
Polícia Rodoviária Federal
Secretaria Nacional de Segurança Pública

Fonte: Portal da Transparência do Governo Federal - Copa 2014

ANEXO C - MAPA 2

Pontos de estacionamento, transporte coletivo e desembarque para o Estádio Castelão durante a Copa 2014



CAMPUS DO PICI
Campus do Pici

ASSAÍ PARANGABA (AV. GODOFREDO MACIEL, Nº 86)
Assai Parangaba (Av. Godofredo Maciel, Nº 86)

ESTAÇÃO DE METRÔ PARANGABA
Estação de Metrô Parangaba

AEROPORTO
Aeroporto

AV. ALBERTO CRAVEIRO
Av. Alberto Craveiro

AV. DEDÉ BRASIL X R. HERÓIS DO ACRE
Av. Dedé Brasil X R. Heróis Do Acre

AV. JUSCELINO KUBITSHEK X R. ELDERADO
Av. Juscelino Kubitshek X R. Eldorado



Disponível em:
<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2013/06/17/noticiafortaleza,3076126/160-agentes-controlarao-o-trafego-no-entorno-da-arena-castelao.shtml>. Acesso em 24/02/16.

**PONTOS DE PARADA DA AV. ABOLIÇÃO
(ENTRE AS AVENIDAS BR. DE STUDART
E SEN. VIRGÍLIO TÁVORA)**
*Pontos de Parada da Av. Abolição
(Entre as Avenidas Br. de Studart e Sen. Virgílio Távora)*

LEGENDA - LEGENDA

- **Área com Restrição de Circulação**
Área com Restrição de Circulação
- **Área com Restrição de Estacionamento**
Área com Restrição de Estacionamento
- **Bolsões de Estacionamento para Veículos Particulares**
Bolsões de Estacionamento para Veículos Particulares
- **Paradas Linhas Especiais**
Paradas Linhas Especiais
- **Áreas de Embarque e Desembarque (Linhas Especiais)**
Áreas de Embarque e Desembarque (Linhas Especiais)
- **Desembarque e Embarque Único e Exclusivo para Veículos Fretados e Turismo**
Desembarque e Embarque Único e Exclusivo para Veículos Fretados e Turismo
- **Posto de Triagem**
Acesso Exclusivo Família FIFA e Moradores Credenciado
Posto de Triagem
Acesso Exclusivo Família FIFA e Moradores Credenciados
- **Posto de Verificação Veicular (PVV)**
Acesso Exclusivo Família FIFA
Posto de Verificação Veicular (PVV)
Acesso Exclusivo Família FIFA

Bolsões - Estacionamentos reservados para o público portador do ingresso do jogo da Copa das Confederações. Desse estacionamentos partem linhas de ônibus expressas e exclusivas diretas para o Estádio Castelão.

Áreas de Desembarque e Embarque - Áreas reservadas para embarque e desembarque, na ida e na volta ao Estádio Castelão, das linhas exclusivas de ônibus que transportam os torcedores.

Bolsões - Estacionamentos reservados para o público portador do ingresso do jogo da Copa das Confederações. Desse estacionamentos partem linhas de ônibus expressas e exclusivas diretas para o Estádio Castelão.

Áreas de Desembarque e Embarque - Área reservada para embarque e desembarque na ida e na volta ao Estádio Castelão das linhas de ônibus que levarão os torcedores.

CENTRO DE EVENTOS
Centro de Eventos

UNIFOR
Unifor

SHOPPING VIA SUL
Shopping Via Sul

CAMBEBA
Cambeba

**AV. DEPUTADO PAULINO ROCHA
(SEUMA / SEINF)**
*Av. Deputado Paulino Rocha
(Seuma / Seinf)*