

## Representações sociais da Copa do Mundo, da FIFA e da seleção brasileira de futebol<sup>1</sup>

*Social representations of the World Cup, FIFA and the Brazilian national soccer team*

Giovanna Barroca de Moura<sup>2</sup>

Lidiane Silva de Araújo<sup>3</sup>

Anny Edze Maia Clementino<sup>4</sup>

Phabrcia de Carvalho Teotônio<sup>5</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho investiga representações sociais acerca da copa do mundo, da seleção brasileira de futebol e da FIFA. Trata-se de uma pesquisa com 202 pessoas, estudantes universitários, de uma universidade pública da Paraíba. Os resultados revelaram uma diferença entre as evocações emergidas entre os gêneros, como também, em função da classe social, sendo os homens mais positivos em relação à copa e a seleção do que as mulheres e os menos favorecidos economicamente sendo os mais críticos. Concluiu-se que as representações sociais proporcionaram um melhor entendimento sobre a Copa do Mundo, FIFA e seleção brasileira, abrindo-se uma importante avenida para estudos na psicologia social.

**Palavras-chave:** representações sociais; copa do mundo; FIFA; seleção brasileira.

**ABSTRACT:** This paper investigates the social representations of the world cup, the Brazilian soccer team and FIFA. It is a survey with 202 people, college students, from a public university of Paraíba. The results revealed a difference in evocations between the genders, as well as between the social class, men being more positive towards the World Cup and the Brazilian soccer team than women and the economically underprivileged being the most critical. It was found that social representations have provided a better understanding of the World Cup, FIFA and the Brazilian soccer team, opening up an important opportunity for research in social psychology.

**Keywords:** social representations; world cup; FIFA; Brazilian national team.

A Copa do Mundo FIFA, conhecida habitualmente como, Copa do mundo, hodiernamente, faz parte do cotidiano de uma elevada porcentagem da população mundial. Neste período, o Brasil é acometido por um encantamento que envolve e paralisa boa parcela da população, repercutindo na nova divisão de tempo e horário no trabalho, comércio e escolas para a exibição da seleção do país. Este esporte é nitidamente estimulado e difundido pelos meios de comunicação de massa, sendo comentado, debatido, analisado e praticado.

---

<sup>1</sup> Nota dos autores: Agradecemos ao Professor Dr. Carlos Eduardo Pimentel pelos comentários que ajudaram a melhorar este manuscrito.

<sup>2</sup> Professora da Universidade Vale do Acaraú e da Universidade Estadual da Paraíba – Campina Grande, Paraíba, Brasil. E-mail: giovannabm@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Psicologia Social na Universidade Federal da Paraíba - João Pessoa, Paraíba, Brasil.

<sup>4</sup> Graduanda em Pedagogia na Universidade Estadual da Paraíba - Campina Grande, Paraíba, Brasil.

<sup>5</sup> Graduanda em Pedagogia na Universidade Estadual da Paraíba - Campina Grande, Paraíba, Brasil.

A representação social refere-se à maneira como o indivíduo e o grupo pensam e interpretam o seu cotidiano, ou seja, constitui em um conjunto de imagens, dotado de um sistema de referências que permite ao indivíduo interpretar sua vida e a ela dar sentido, e compartilhar sua interpretação com o meio social em que vive (Moscovici, 2003).

Dessa forma, a teoria das representações sociais nos ajuda na compreensão de como as pessoas concebem a copa do mundo, a FIFA e a seleção brasileira de futebol.

O objetivo desta pesquisa consistiu em conhecer as representações sociais acerca da copa do mundo, da seleção brasileira de futebol e da FIFA. Consideramos a importância desse evento, copa do mundo, para os brasileiros, assim como a importância da sua seleção de futebol e da FIFA. Destaca-se que atualmente estes objetos sociais estão mais salientados em decorrência da realização da copa no Brasil. Deste modo, entender como os brasileiros representam estes temas pode nos ajudar a compreender seus comportamentos no dia-a-dia.

### **Teoria das representações sociais**

A teoria das representações sociais é um dos modelos mais recentes dentro da Psicologia Social, e, segundo Moscovici (2003), é fácil captar as representações sociais, mas não o seu conceito. Para este autor, tanto o processo de busca de uma adaptação biopsicossocial, como o saber comum da população, em geral, é a base para a criação de teorias que também procuram respostas para os acontecimentos cotidianos, passando por etapas de elaboração e reformulação contínuas, transladadas pelos próprios sujeitos que experienciam a realidade.

Segundo o próprio Moscovici (1981, p. 61):

Representação social é um conjunto de conceitos, enunciados e explicitações originadas na vida diária, no curso das comunicações interindividuais. Em nossa sociedade se correspondem ao mito e ao sistema de crenças das sociedades tradicionais; inclusive se poderia dizer que são a versão contemporânea do sentido comum.

Contudo, as representações possuem uma finalidade central que é tornar familiar algo não familiar (Moscovici, 2003). O estudo das representações sociais e o conhecimento do senso comum passaram a receber uma atenção fundamental, isto é, a teoria tem como legado investigar o conhecimento comum produzido através das comunicações por determinados grupos sociais.

Cada sujeito de um grupo social tem sua representação, transmite-a nos seus discursos individuais, possibilitando transformar-se em novas representações sociais. A acepção da linguagem do cotidiano tem abordagem no entendimento sobre a Copa do Mundo FIFA, como também, na seleção brasileira de futebol, os quais remetem à interpretação e a construção de novas representações sociais.

### **Estudos sobre a Copa do Mundo**

O futebol é indubitavelmente o esporte mais popular do mundo, tendo como instituição internacional organizadora de futebol a FIFA - A Federação Internacional de Futebol Associado, organizando a principal competição internacional de futebol que é a Copa do Mundo FIFA, conhecida habitualmente como, Copa do Mundo, que hodiernamente,

faz parte do cotidiano de uma elevada porcentagem da população mundial. No meio desta circunstancia, evidencia-se a seleção brasileira de futebol masculino, recordista em conquistas em Copa do Mundo, tornando a seleção mais bem sucedida do futebol.

Verificou-se uma escassez de estudos no que se refere às representações sociais da Copa do Mundo no Brasil. Destaca-se o estudo sociológico de Gastaldo (2009), que analisa o discurso midiático relativo à Copa no Mundo no Brasil, concluindo o interesse pré-existente em torno da participação da seleção brasileira na Copa do Mundo, colaborando para gerar fenômenos de audiência a cada jogo do Brasil na competição. Outro estudo sobre a temática, trata-se do trabalho de Bonfim (2012), tendo como objetivo principal investigar quais as representações sociais do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014 na cidade de Curitiba. Este autor, através das representações sociais, encontrou que a população estudada não criou expectativa de melhorias em sua cidade em função dos jogos. Não se encontraram estudos psicossociais sobre a FIFA ou seleção brasileira, mas certamente entender as representações destes objetos sociais ajudará no melhor entendimento das representações sobre a Copa do Mundo.

## **Método**

### ***Delineamento e participantes***

Trata-se de uma pesquisa qualitativa. Participaram desta pesquisa um total de 202 pessoas, estudantes universitários, de uma universidade pública da Paraíba, especificamente na cidade de Guarabira, com idades variando de 18 a 45 anos.

### ***Instrumento***

Utilizou-se da Técnica de Associação Livre, com o fim de se coletar as representações sociais acerca da copa do mundo, da seleção brasileira e da FIFA. No instrumento, constava as seguintes palavras-chave: Copa do Mundo, FIFA e seleção brasileira de futebol. Constava também um questionário sócio-demográfico e um termo de consentimento livre e esclarecido.

### ***Procedimento***

Duas alunas do curso de Pedagogia da UEPB, devidamente treinadas, ficaram responsáveis pela coleta de dados. Estas alunas se dirigiam à universidade e entravam em contato com os professores, agendando horários para a coleta. A técnica de associação livre foi realizada em média de 10 minutos. No final, eram realizados os agradecimentos de praxe pela colaboração com a pesquisa. Esta coleta foi realizada entre o dia 30 de junho deste ano a primeiro de julho, semana de realização da copa.

### ***Análise dos dados***

Os dados apreendidos através da Técnica de Associação de Palavras e o resultado das três evocações foram digitados no Word e processados pelo software *Tri-Deux-Mots*. Foi realizada uma Análise Fatorial de Correspondência.

## Resultados e discussão

A análise fatorial de correspondência apontou diferentes modalidades de opiniões por cada estímulo indutor associado às variáveis fixas (sexo, classe social e opinião favorável ou não à realização da copa). Juntos, os fatores explicaram um total de 44% da variância total de respostas, distribuídas entre os fatores 1, com um percentual de 18,5 (valor próprio = 0,038), e 2, com 15,5% de variância (valor próprio = 0,020). Foram registradas 3528 palavras associadas aos estímulos indutores, das quais 1143 foram palavras distintas e 73 formaram o plano fatorial (Figura 1), o qual revela as evocações dos participantes face aos estímulos indutores preconizados neste estudo, "FIFA", "seleção brasileira de futebol" e "copa do mundo 2014 no Brasil".

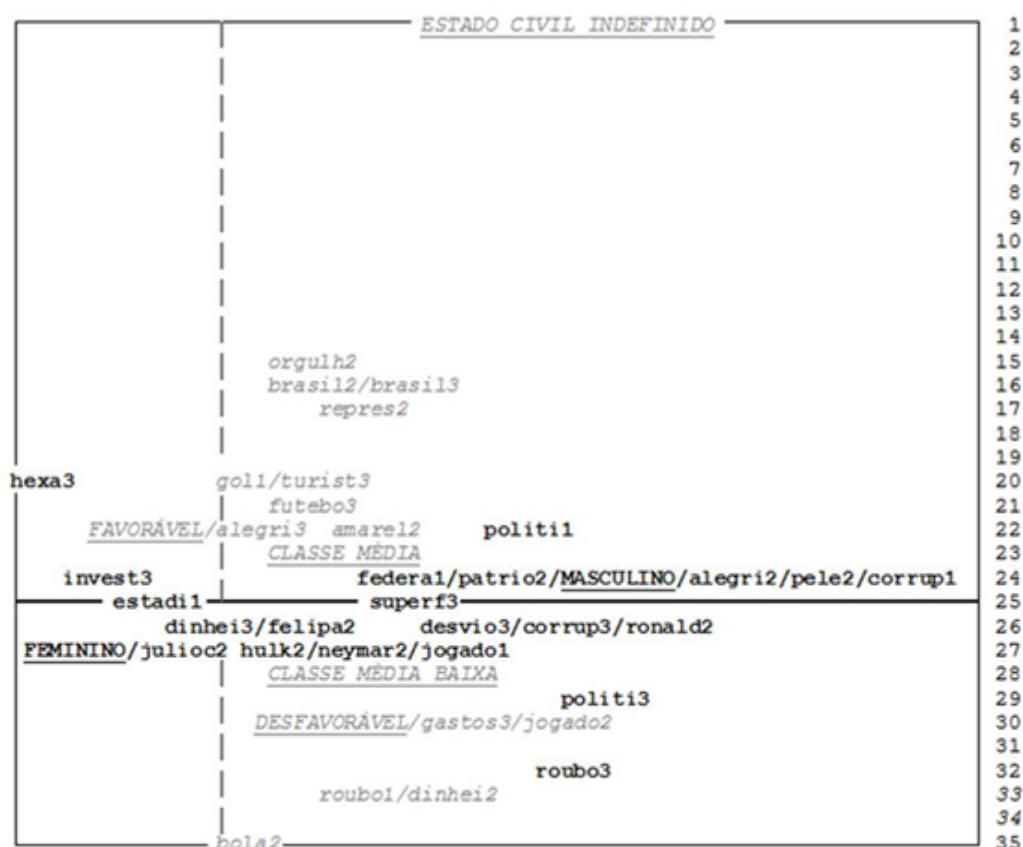


Figura 1 - Plano fatorial de correspondência.

Conforme ilustrado na Figura 1, no primeiro eixo (F1), em negrito, no limite horizontal, destacaram-se as objetivações dos participantes em função do sexo. À direita, observam-se as evocações do grupo de pertença masculino, o qual identificou a FIFA como uma *federação* permeada por interesses *políticos* e *corrupção*. Sobre a seleção brasileira de futebol, esta emergiu associada ao *patriotismo* e à *alegria* do povo, além de relacionada a craques brasileiros de destaque em copas anteriores (*Pelé* e *Ronaldo*). Quando levados ao processo livre de associação em função da Copa do Mundo 2014 no Brasil, os homens evocaram expressões como *superfaturamento*, *desvio* de dinheiro público, *corrupção*, *política* e *roubo*.

Verifica-se com estes resultados uma representação social eminentemente negativa da FIFA, como esperado, uma vez que esta instituição tem sido duramente criticada em diversos âmbitos. No tocante a seleção brasileira de futebol, verifica-se uma representação social eminentemente positiva, exaltando-se o patriotismo e a alegria do povo.

Verificamos representações diferentes por parte das mulheres, que são menos críticas com a FIFA e menos positivas em relação à seleção de futebol. À esquerda do eixo, as mulheres objetivaram a FIFA por meio dos elementos *estádios* e *jogadores*. Em continuidade aos estímulos, as associações livres das participantes face à “seleção canarinho” destacaram alguns protagonistas (*Felipão, Júlio César, Hulk e Neymar*). Ainda neste contexto, a realização da copa no Brasil, segundo o grupo de pertença feminino, pode ser concebida como um *investimento*, além de oportunidade em potencial para a conquista do *Hexa*. Neste sentido, verifica-se uma representação social positiva das mulheres no tocante ao grande evento copa do mundo.

Com relação ao segundo fator (F2), na linha tracejada vertical do plano fatorial, emergiram as evocações dos participantes em função da classe social e da opinião quanto à realização da copa no país. Neste espaço, percebeu-se que, acima, foram dispostas as objeções do grupo de classe média favorável à copa. Para estes participantes, a FIFA foi destacada pelo elemento *gol*; em relação ao estímulo seleção, os atores sociais destacaram o *amarelo* como principal característica dessa entidade esportiva que é sinônimo de *orgulho* e *representatividade* do país no âmbito futebolístico. Em relação ao terceiro estímulo indutor “Copa do Mundo 2014”, este foi objetivado pelo país sede de seu cumprimento (*Brasil*) e pelo esporte que o sustém (futebol), sendo associado, ainda, a emoções positivas (*alegria*), além de configurar um importante evento de atração *turística*.

Ainda no segundo eixo, no plano inferior, evidencia-se o grupo de classe média baixa e desfavorável à realização do evento no Brasil. Neste campo semântico, a FIFA foi relacionada à palavra *roubo*; ainda neste contexto, a copa de 2014 foi objetivada como sinônimo de *gastos* desnecessários. Neste sentido, verificam-se aqui para este grupo de classe média baixa uma insatisfação com o evento, assim como uma reiterada crítica à FIFA. Quanto ao estímulo seleção brasileira, além das palavras *bola* e *jogadores*, tais participantes proferiram o *dinheiro* como elemento presente nesse contexto, o qual parece justificar a característica do grupo que desde o princípio se colocou contra a realização desse evento, em razão do fator econômico. Este grupo de baixo poderio econômico parece menos satisfeito também com a sua seleção de futebol, mais uma vez demonstrando uma preocupação econômica no discurso.

Poucos estudos psicossociais foram encontrados com relação à Copa do Mundo (Bonfim, 2012; Gastaldo, 2009). O presente traz uma contribuição específica no âmbito da psicologia social, tratando com uma teoria clássica da área, a teoria das representações sociais (Moscovici, 2003). Avalia-se que com isto pudemos acessar satisfatoriamente as representações da Copa do Mundo, da FIFA e da seleção brasileira de futebol. Estas representações nos ajuda a entender melhor o sentimento do povo brasileiro para com a sua seleção de futebol, representante do país para o mundo. Possibilita também a compreensão de crenças amplamente compartilhadas acerca da FIFA e da copa. Esperamos que novos estudos psicossociais sejam realizados, comparando as representações que foram acessadas antes da eliminação do Brasil da copa, com aquelas acessadas após a eliminação assim como as implicações políticas do evento.

## Referências

- Bonfim, I. O. B. (2012). *A Representação Social da Copa do Mundo de Futebol da Fifa 2014 em Curitiba*. Dissertação de Mestrado em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.

Gastaldo, E. (2009). "O país do futebol" mediatizado: mídia e Copa do Mundo no *Brasil*. *Sociologias*, 11(22), 352-369.

Moscovici, S. (1981). On social representation. In J. P. Forgas. (Comp.). *Social cognition. Perspectives in everyday life* (pp. 181-209). Londres: Academic Press.

Moscovici, S. (2003). *Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social*. Petrópolis: Vozes.

Apresentação: 30/06/2014

Aprovação: 16/07/2014