

XI ENCONTRO DA ABCP
31/07 a 03/08/2018, Curitiba (PR)

Comunicação política e opinião pública

Do Ópio do Povo ao Estopim de Insatisfações: Copa do Mundo e Popularidade Presidencial no Brasil

Pedro Santos Mundim
Universidade Federal de Goiás

Gleice Meire Almeida da Silva
Universidade Federal de Goiás

Resumo: Do ponto de vista político, os grandes eventos esportivos são vistos como uma forma de fortalecer a imagem institucional de um país e, em consequência, a popularidade de seus líderes. Porém, o que foi observado no Brasil durante as Copas das Confederações de 2013 e do Mundo de 2014 leva a outras conclusões. O objetivo do artigo é analisar a relação entre a opinião pública e a Copa do Mundo no Brasil a partir dos dados de pesquisas de opinião quantitativas e qualitativas realizadas pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República entre 2013 e 2014. As análises sugerem que o aumento da criticidade dos cidadãos e a frustração com expectativas futuras de serviços públicos essenciais como saúde e educação impactaram diretamente na visão dos brasileiros sobre o evento e na aprovação do governo do Governo Federal. Em meio a um conjunto de manifestações no país, os torneios da Fifa passaram da ideia de “ópio do povo” para um símbolo canalizador de insatisfações da população. Ao invés de ampliar a popularidade e facilitar os ganhos eleitorais em 2014, a Copa do Mundo colocou em risco o capital político das lideranças políticas brasileiras.

Palavras-chave: Copa do Mundo, Popularidade Presidencial, Opinião Pública

Por que governantes arriscam o seu capital político ao investirem e apoiarem a realização de megaeventos esportivos como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, mas cujos resultados, em termos de popularidade, podem ser controversos? Embora a relação entre esportes e política seja antiga (BONDE, 2009; GUTTMANN, 2003; SIGOLI; DE ROSE JUNIOR, 2004; VINOKUR, 1988), essa pergunta é nova tanto para a Ciência Política, de um modo geral (GIFT; MINER, 2017), quanto para os estudos sobre opinião pública e popularidade presidencial, de modo específico.

Existem vários motivos estratégicos pelos quais os governantes decidem investir na realização de megaeventos esportivos. Sedar uma Copa do Mundo ou Olimpíadas implicar investir dinheiro público na construção e reforma de estádios, instalações olímpicas, melhorias nas cidades-sede, etc. Essas iniciativas tendem a gerar empregos e a fomentar o crescimento econômico.¹ Há volumosa quantidade de trabalhos sobre popularidade presidencial e decisão do voto que mostra como fomentar a economia traz recompensas políticas (BERLEMANN; ENKELMANN, 2014; LEWIS-BECK; STEGMAIER, 2013; NANNESTAD; PALDAM, 1994).

Países que buscam maior prestígio e protagonismo internacional enxergam no sucesso da realização de megaeventos esportivos uma oportunidade de ampliarem sua influência na arena externa (GRIX; HOULIHAN, 2013). Em alguma medida, tais políticas vêm associadas a discursos de integração política e de valorização da identidade nacional (ARNAUD, 1998). Na América Latina, por exemplo, governos autoritários como os de Getúlio Vargas (1930-1945), no Brasil, e Juan Domingos Perón (1946-1955), na Argentina, buscaram nos eventos desportivos a reafirmação de valores do Estado-nação, de coesão e identidade nacional e, conseqüentemente, da propaganda do regime (DRUMOND, 2009).

No Brasil, onde o ano em que ocorrem as eleições presidenciais coincide com a Copa do Mundo, existe um folclore político de que as chances de continuidade do governo podem estar relacionadas com o desempenho da seleção de futebol. Embora não exista respaldo empírico para essa visão, o estudo de Healy, Malhotra e Mo (2010) mostrou que desempenho de equipes de esporte locais era capaz de agregar votos aos incumbentes e até mesmo de afetar a avaliação dos eleitores em relação ao presidente. Para qualquer governo, é melhor disputar as eleições com um eleitorado satisfeito por conta das vitórias do que insatisfeito por conta das derrotas.

Independente de qual dessas razões é a mais importante, por trás delas está a ideia de que o esporte é capaz de anestesiar o criticismo dos cidadãos e de funcionar como uma

¹ Infelizmente, como pode ser visto em países como o Brasil e África do Sul, hoje sabemos que os enormes gastos públicos com esses eventos são menores do que os benefícios gerados e abrem caminho para grandes esquemas de corrupção que envolvem políticos, empresários e empreiteiras (COTTLE, 2011, 2014).

eficiente ferramenta para a manipulação de corações e mentes, a favor dos governantes. Contudo, os impactos políticos da Copa realizada no Brasil sugerem um cenário diferente.

No dia 30 de outubro de 2007 o Brasil foi escolhido como sede do Mundial de Futebol da Fifa. Na época, a notícia foi muito comemorada e veio a se juntar a outros dados bastante positivos. A economia do país era pujante e crescia acima de 6%. O ex-presidente Lula (PT) contava com uma aprovação de mais de 60%. O país buscava alcançar maior prestígio e influência internacional. Era um momento de euforia para os brasileiros, com altas expectativas para o futuro.

Seis anos depois, e a apenas um ano para a Copa do Mundo, o Brasil passou por acontecimentos marcantes: as manifestações de junho de 2013, que ocorreram de forma concomitante com a Copa das Confederações – torneio de preparação para o Mundial. Testemunhou-se a emergência de criticidade e participação popular poucas vezes visto na recente história política do país, que se espalhou por diversas capitais e cidades brasileiras. A Copa e seus legados foram colocados em xeque pela população. Esses dessabores fizeram também uma vítima importante: a ex-presidente Dilma Rousseff (PT). Em menos de um mês, sem que nenhum outro fato político ou econômico importante tenha ocorrido, sua avaliação ótimo/bom foi de 55% para 31%, enquanto a ruim/péssimo foi de 13% para 31%.

Tais acontecimentos estão em consonância com os resultados de estudos recentes sobre a percepção da opinião pública em relação aos legados dos megaeventos esportivos para os residentes dos países sedes. As promessas feitas pelos governantes de retorno financeiro dos investimentos públicos, o aumento do turismo, a melhora da imagem país, etc., nem sempre se concretizam. Também não são, necessariamente, percebidos de maneira positiva pelas pessoas (BOYKOFF; FUSSEY, 2014; BUROCCO, 2014; COTTLE, 2011; DOMINGUES; JUNIOR; MAGALHÃES, 2011; KIM, HYUN JEONG; GURSOY; LEE, 2006).

É nesse contexto que se faz pertinente a pergunta feita no início do artigo. A dimensão política dos megaeventos esportivos é frequentemente abordada como narrativa histórica (DRUMOND, 2009; GUTTMANN, 2003; SIGOLI; DE ROSE JUNIOR, 2004), ou como um fator gerador de tensões e conflitos sociais (BOYKOFF, 2011a, b; BOYKOFF; FUSSEY, 2014). Mas, desconhecemos um estudo que tenha estabelecido, de maneira empírica, a relação entre o apoio a um megaevento esportivo e a popularidade presidencial.

O artigo está estruturado da seguinte forma. Na primeira parte discutimos a literatura sobre popularidade presidencial. Damos ênfase à dimensão política do que ficou conhecido como a função VP, ou voto-popularidade. Em seguida, argumentamos como megaeventos esportivos podem ser incluídos nos modelos de explicação das determinantes de popularidade dos governantes a partir da categorização da Copa do Mundo de 2014 como um *rally event*, que impactou a avaliação do Governo Federal do Brasil entre 2013 e 2014.

Na segunda parte, apresentamos os dados utilizados neste trabalho: uma pesquisa de opinião pública nacional e grupos focais realizados em todas as cidades sede do torneio. Eles foram produzidos pela Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom/PR) entre março e junho de 2014, e buscaram analisar o apoio e as avaliações dos brasileiros sobre a Copa do Mundo de 2014. Essas pesquisas também captaram a opinião das pessoas sobre o Governo Federal, os serviços públicos, a economia do país, etc., o que nos permite estudar a relação entre a Copa e o Governo Federal, no Brasil de forma mais profunda.

No geral, as análises implementadas mostram que o aumento da criticidade dos cidadãos e a frustração com expectativas futuras de serviços públicos essenciais como saúde e educação impactaram diretamente na visão dos brasileiros sobre o megaevento e na aprovação do Governo Federal. Em meio a um conjunto de manifestações no país, o torneio da Fifa passou da ideia de “ópio do povo” para um símbolo catalisador de insatisfações da população. Ao invés de ampliar a popularidade e facilitar os ganhos eleitorais em 2014, a Copa do Mundo colocou em risco o capital político de lideranças políticas brasileiras.

A função VP: a parte P e as determinantes políticas

Os índices de aprovação presidencial baseiam-se em medidas do quanto a população aprova ou não o desempenho do governo como um todo e do mandatário especificamente. Essas taxas revertem-se em ganhos à imagem política do presidente. A popularidade é, assim, um termômetro para saber o que o público está pensando sobre os rumos do governo e, conseqüentemente, qual a tendência de votação nas eleições (BERLEMANN; ENKELMANN, 2014).²

Com base na literatura de 25 anos da relação entre o apoio público ao governo e o voto, Nannestad e Paldam (1994, p. 214) sumarizaram a questão na função VP, onde o V representa o voto e o P a popularidade. Os estudos mostram que essas duas dimensões são influenciadas por variáveis econômicas (E) e políticas (P), ou seja, por mudanças na economia e na política.

A exemplo da maioria dos estudos analisados, as explicações de Nannestad e Paldam (1994) são focadas na parte econômica da função, inspiradas principalmente na teoria do *voto econômico*: eleitores responsabilizam o mandatário pelas condições econômicas, e isso se reflete no voto (FIORINA, 1981; KIEWIET, 1983; KINDER, 1981; LEWIS-BECK; STEGMAIER,

² Neste artigo não trataremos do voto diretamente, e sim da popularidade, embora a literatura sobre voto e popularidade se interconectem e, muitas vezes, se confundam.

2013). Embora forneça elementos que tornam mais fácil a compreensão geral sobre as variáveis que impactam na popularidade, a função VP com ênfase na dimensão econômica é insuficiente para explicar a relação entre Copa do Mundo e o Governo Federal. Ressalta-se que em 2013 e 2014, embora já demonstrando desgaste do modelo econômico e retrações no consumo, a economia ainda não era motivo de preocupação para a maior parte dos brasileiros. Além disso, em ano eleitoral, os governos sempre se esforçam para amenizar qualquer sinal de uma possível crise econômica (BORSANI, 2001).

Nannestad e Paldam (1994) destacam que a regra da responsabilidade, que ocorre na parte econômica, não vale para as variáveis políticas, pois essas são definidas qualitativamente e de forma assimétrica, o que dificulta, inclusive, sua inserção nos modelos. Sendo assim, não adentraremos a fundo no amplo campo de discussão sobre determinantes econômicas que, sem dúvida, é o mais explorado na literatura. Investiremos esforços em compreender as variantes da parte política para a popularidade.

De acordo com Berlemann e Enkelmann (2014) os estudos “não econômicos” dividem-se, desde o estudo seminal de Muller (1970), em variáveis relacionadas às características pessoais do presidente, o tempo no cargo e o período de lua de mel, variáveis relacionadas a guerras e variáveis relacionadas a eventos. Contudo, apenas uma variável política genuína, argumentaram Nannestad e Paldam (1994), tem sido utilizada com frequência: a *rally-round-the-flag*. A maior parte das pesquisas, principalmente norte-americanas, se debruça sobre o efeito patriótico temporário causado por notícias de guerra ou de conflitos iminentes, e posicionamentos no plano internacional que exercem impacto positivo temporário na imagem do mandatário.

Conforme visto em Muller (1970), para existir o efeito *rally-round-the-flag* são necessários eventos de crise política externa, que envolvam diretamente a figura do presidente e constituam-se em dramas políticos. Mas nem todos *rally events* tem o efeito patriótico do *rally-round-the-flag*. Como sugeriram Berlemann e Enkelmann (2014), eventos específicos e importantes como o caso Watergate, o assassinato de John Kennedy ou os ataques de 11 de setembro são capazes de impactar repentinamente os índices de aprovação presidencial.

Na esteira dessa nova compreensão, a ideia de *rally events* se amplia para eventos domésticos (não só internacionais) e, também, para eventos que impactam negativamente na aprovação presidencial (não só os efeitos os positivos envolvendo o patriotismo) (OSTROM; SIMON, 1985, 1989). Porém, há divergência de como os pesquisadores incluem esses eventos nos modelos de taxas de aprovação. Os critérios para escolha não são padronizados, pois os *rally events* vão desde critérios como a especificidade e relevância dramática do acontecimento, até escolha subjetiva a partir do espaço e tempo dedicado à cobertura política sobre o assunto.

Em que pesem essas diferenças, Newman e Forcehimes (2010) propuseram uma lista compilada a partir dos eventos históricos já identificados por outros pesquisadores como típicos *rally events*. Eles buscaram critérios comuns de seleção a partir da literatura consolidada sobre o tema. Utilizaram tanto a proposta inicial de Muller (1970), que argumenta que *rally events* devem ter caráter internacional, ser dramáticos e envolver diretamente a figura do presidente, quanto os refinamentos teóricos posteriores feitos por Kernell (1978) e Ostrom e Simon (1985, 1989) para incluir, também, eventos domésticos, com espaço na mídia, cujos impactos façam decrescer ou aumentar a popularidade presidencial.

Outra contribuição importante do trabalho de Newman e Forcehimes (2010) é a ênfase na capacidade da mídia de mediar a percepção entre opinião pública e governo (EDWARDS III; MITCHELL; WELCH, 1995; KROSNICK; BRANNON, 1993; KROSNICK; KINDER, 1990; MUTZ, 1994; NADEAU *et al.*, 1999). Para ser um *rally event* é essencial que se tenha ampla visibilidade midiática, e esteja em intensa evidência por um considerável período de tempo. Ou seja, é preciso quebrar o “limiar de atenção” das pessoas para que elas passem a considerar um determinado evento como importante ou relevante (OSTROM; SIMON, 1985).³ Do contrário, o tema ou questão não tem força para alterar as avaliações de desempenho. Uma vez que esses eventos têm um impacto sobre índices de aprovação, excluí-los levaria a funções de popularidade mal especificadas.

O último critério para seleção dos eventos foi, portanto, a importância dada pela mídia ao assunto. Em seu estudo, Newman e Forcehimes sumarizam as perspectivas de vários autores em uma lista de 120 acontecimentos históricos entre 1953 – 2006, que se encaixaram nos critérios de seleção padronizados.⁴ Os resultados dos testes implementados mostraram que determinados acontecimentos e fatos como *rally events*, ou seja, eventos dramáticos, domésticos ou internacionais, foram realmente capazes de impactar positiva ou negativamente a popularidade do presidente no período analisado.

A Copa do Mundo como o “rally event”

A princípio, os megaeventos esportivos não se enquadram na categoria de *rally event*. A Copa do Mundo, por exemplo, é um projeto previsível, planejado e elaborado. Espera-se que tenha resultados positivos e agregue popularidade aos governantes. Contudo, entre a

³ Essa discussão sobre “limiares” não é nova e está presente em Downs (1999), ainda que não tenha sido plenamente desenvolvida pelo autor. Para uma crítica, mas também uma tentativa de reformulação e aplicação do conceito de limiares para a política e a propaganda política, ver Noll (NOLL, 1995).

⁴ Entre os 120 eventos selecionados por Newman e Forcehimes (2010) estão, por exemplo, a morte do filho recém-nascido de John F. Kennedy em agosto de 1963, o surto de violência em grandes cidades dos EUA em agosto de 1967, o auge dos protestos antiguerra em novembro de 1969, o acordo do cessar-fogo no Vietnã em fevereiro de 1973, os protestos estudantis em maio de 1968, entre outros.

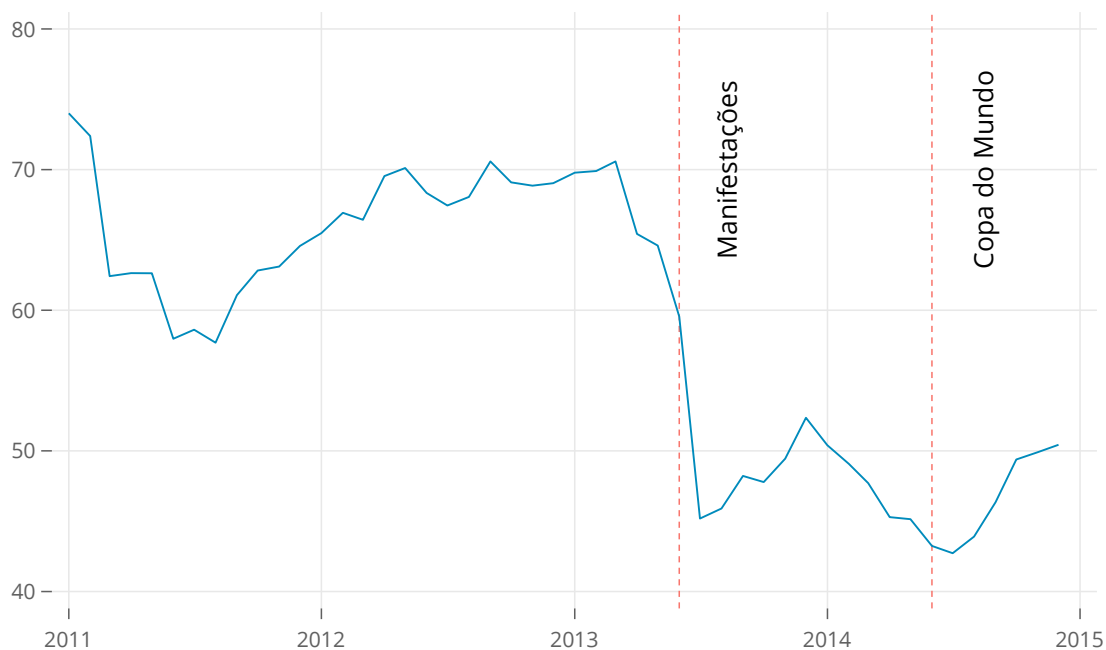
escolha e a execução do torneio há uma série de fatores que podem virar essa lógica da previsibilidade de cabeça para baixo, permitindo a adequação do megaevento esportivo como um *rally event*.

Os atuais megaeventos esportivos estão conectados à intensa circulação de dinheiro, à visibilidade mundial, aos vultosos faturamentos dos meios de comunicação e de empresas privadas, ao capital político e, principalmente, ao desejo da população por conquistas sociais de infraestrutura e urbanização (PENNA, 2013). Por esse motivo, o discurso público a favor de sediá-los sempre contém promessas sobre os legados que ficarão para o país e os cidadãos residentes das cidades-sede (ALMEIDA *et al.*, 2015). Cria-se, portanto, uma relação de expectativas *versus* entrega do serviço, ou entre a expectativa criada e a percepção daquilo que é recebido.

Estudos sobre a percepção dos legados dos megaeventos esportivos indicam que uma série de fatores media essa relação. Prayag *et al.* (2013) mostraram que o apoio dos residentes não é motivado por questões uniformes, mas influenciados pela percepção diferenciada dos impactos socioculturais, ambientais e econômicos, positivos e negativos. Ritchie *et al.* (2010) enfatizam o papel da mídia na formação de percepções sobre os jogos. Kim e Petrick (2005) e Waitt (2003) apontaram que sentimentos de entusiasmo tendem arrefecer ao longo do tempo, diminuindo a confiança do público em relação aos eventos. Em todas as abordagens fica claro que o pacote de promessas ao sediá-los pode, muitas vezes, entrar em conflito com o legado deixado na prática.

No caso brasileiro, a expectativa formou-se muito antes de começarem os preparativos, ultrapassando as esferas do legado pontual do evento, para a promessa de uma melhor qualidade de vida em diversas áreas, especialmente na infraestrutura, dentro de um modelo de desenvolvimento ascendente. Por conta disso, não é possível entender a relação entre a Copa de 2014 e a avaliação de Governo Federal sem levar em conta os eventos anteriores à sua realização, principalmente as manifestações de junho de 2013, no período em que era realizada no país a Copa das Confederações, torneio preparatório para o Mundial.

O gráfico da figura 1, que mostra a evolução da aprovação de Dilma Rousseff, reforça essa linha de raciocínio. Embora, em 2013, tenha ocorrido uma pequena queda entre março e junho na opinião sobre a ex-presidente, provavelmente por conta do fim do período de “lua de mel”, o recuo mais impactante de se deu após a intensificação das manifestações que tomaram conta do país a partir da Copa das Confederações. A visibilidade proporcionada por elas certamente motivou maior expressão da criticidade, que levou ao aumento dos protestos pelo país. Eram as primeiras evidências de que o megaevento esportivo, com todo seu potencial de visibilidade, poderia trazer riscos em termos de capital político.



Fonte: Executive Approval Project 2015

Figura 1: Evolução mensal da aprovação do primeiro do governo de Dilma Rousseff (%)

De acordo com Newman e Forchimes (2010), os *rally events* podem ter impactos negativos na aprovação dos presidentes, como é o caso de escândalos, agitações sociais e iniciativas impopulares. Nesse sentido, a “Copa das Manifestações”, como ficou conhecida, é uma categoria do que a literatura especializada chama de *rally event*. A partir desse momento, a Copa do Mundo entra definitivamente no radar da imprensa, do Governo Federal e da opinião pública brasileira. Insere-se em um contexto especial à medida em passa a canalizar diversas insatisfações populares. A passagem do megaevento esperado para ser o “ópio do povo” ao estopim das manifestações conferiu um grau de surpresa em relação ao torneio, que passou a constituir-se em um drama político, um fator de agitação social, se confundindo com as diversas pautas de reivindicação dos protestos populares.

Nossa hipótese, portanto, é que a Copa de 2014 gerou uma *rally effect* negativo sobre a popularidade presidencial. Tornou-se, assim, um atalho que os cidadãos passaram a utilizar para expressar críticas em relação à gestão do Governo Federal. Isso ocorreu porque havia, naquele momento, uma distância entre a alta expectativa em relação à oferta de serviços públicos e a percepção daquilo que efetivamente foi entregue, acompanhados de denúncias de corrupção e abusos com gastos de recursos públicos para a construção dos estádios que seriam sede das partidas do Mundial.

Descrição dos dados

Nosso argumento de que a Copa do Mundo pode ser vista como um *rally event* tem pontos em comum com os estudos sobre o uso político dos esportes. Assume-se que a avaliação dos megaeventos esportivos está correlacionada com a popularidade dos líderes políticos, que essa associação seria positiva e que a relação de causalidade ocorreria, principalmente, da avaliação dos jogos para a avaliação do governo. Contudo, conforme mostra o caso brasileiro, megaeventos esportivos nem sempre agregam valor à popularidade. Ou seja, seu uso político pode ser uma estratégia equivocada.

As análises implementadas neste artigo buscam esclarecer esses pontos. Buscamos responder, principalmente, se há, de fato, uma correlação positiva entre a aprovação do Governo Federal e ser a favor da realização da Copa do Mundo no Brasil. A expectativa era responder positivamente a essa indagação. Adotamos a estratégia de implementar, primeiro, uma análise multivariada com os dados da pesquisa nacional de opinião pública, com o objetivo de testar se as premissas teóricas apresentadas encontravam respaldo empírico a partir de testes rigorosos. O segundo passo foi trabalhar com os dados qualitativos dos grupos focais, com os quais buscamos tanto uma melhor compreensão das relações encontrada entre algumas variáveis dos modelos estimamos, quanto um aprofundamento das interpretações apresentadas.

As pesquisas utilizadas neste estudo foram realizadas pelo Ibope Inteligência e pelo Instituto Análise a pedido da Secom/PR. Trabalhamos com uma pesquisa domiciliar face a face, com amostra nacional de 2002 entrevistas, realizada entre os dias 22 a 27 de março de 2014, com margem de erro de $\pm 2,2\%$ e nível de confiança de 95%.⁵ Também analisamos as transcrições de 88 grupos focais, realizados entre 2013 e 2014, com pessoas de 18 anos ou mais, de ambos os sexos, de todas as classes econômicas (ABCD) e moradoras das cidades que foram sedes de jogos da Copa do Mundo.⁶

A variável dependente foi a aprovação do Governo Federal. As variáveis explicativas foram divididas em três grupos: 1) referentes à Copa do Mundo, 2) economia e serviços públicos e 3) sociodemográficas. A tabela 1 traz o formato e as estatísticas descritivas desses indicadores. Os formatos são autoexplicativos, com exceção da medida sobre corrupção como o maior problema do país. Ela foi construída a partir da seguinte pergunta que buscava

⁵ A seleção de amostra foi probabilística em dois estágios: método PPT no primeiro estágio (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) através dos números de telefone e por cotas de sexo, idade, grau de escolaridade e ramo de atividade no segundo estágio. O questionário da pesquisa encontra-se disponível na página da Secom/PR. O banco de dados pode ser solicitado à própria Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública do órgão, ou à própria Secom/PR

⁶ Foram quatro rodadas de pesquisas qualitativas: 1) Pesquisa Qualitativa Copa do Mundo I (setembro de 2013); 2) Pesquisa Qualitativa Copa do Mundo II (outubro de 2013); 3) Estudo Qualitativo Pré-Copa do Mundo (abril de 2014); e 4) Estudo Qualitativo Clima de Copa (Junho de 2014). O roteiro dos grupos e relatórios das pesquisas encontram-se disponíveis na página da Secom/PR. As transcrições dos grupos podem ser solicitados à própria Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública do órgão, ou à própria Secom/PR.

captar em qual área a população brasileira enfrentava os maiores problemas atualmente. Como eram possíveis até três opções de resposta, criou-se uma variável binária para demarcar se o entrevistado mencionou a corrupção em alguma delas.

Tabela 1: Formato e descrição das variáveis utilizadas

Variável	Média	D.P.
Aprovação do Governo Federal	0.52	0.50
1) Copa do Mundo		
Apoio à Copa do Mundo (a favor da realização do torneio no Brasil)	0.59	0.49
Legado (mais benefícios)	0.39	0.49
Legado (mais prejuízos)	0.33	0.47
Cidade sede (capital e periferia)	0.42	0.49
Interesse nos jogos (nenhum jogo, jogos do Brasil, todos os jogos)	2.25	0.76
2) Economia e serviços públicos		
Avaliação da situação econômica do país (péssima, ruim, regular, boa, ótima)	2.91	0.95
Avaliação da situação econômica pessoal (péssima, ruim, regular, boa, ótima)	3.24	0.89
Avaliação dos serviços públicos (0-10)	4.91	2.46
Corrupção (maior problema do país)	0.28	0.45
3) Sociodemográficas		
Sexo (Homem)	0.48	0.50
Idade (16–24, 25–34, 35–44, 45–54, > 55)	3.01	1.42
Escolaridade (até 4ª série, 5ª–8ª, 2º grau, superior)	3.36	1.11
Renda familiar mensal (até 1 SM, 1–2 SM, 2–5 SM e > 5 SM)	2.55	0.88
Porte do município (até 20 mil habitantes, 20–50, 50–100, 100–500, > 500)	3.55	1.41
Recebe Bolsa Família	0.13	0.34

Fonte: Pesquisa Quadrimestral de Opinião Pública Secom/PR – mar. 2014

Copa do Mundo e do Governo Federal

Foram estimados modelos logísticos binários para analisar as correlações entre as variáveis descritas na tabela 1 com a popularidade presidencial. A principal expectativa era encontrar uma associação entre as variáveis ligadas à Copa do Mundo e a aprovação do Governo Federal, controlado por diversos fatores. Também esperávamos que os efeitos desses indicadores fossem maiores nas cidades–sede. Eram os habitantes desses lugares quem mais estariam sentido, no dia a dia, as consequências positivas e negativas do torneio. A partir da ideia de que a Copa teria funcionado como um atalho através do qual os cidadãos passaram a utilizar para expressar críticas em relação ao governo, incluímos uma interação entre ser a favor da realização da Copa do Mundo e a avaliação dos serviços públicos.⁷ Os resultados podem ser vistos na tabela 2.

⁷ Para construir o termo interativo, “centralizamos” a variável avaliação dos serviços públicos sobre sua média.

Tabela 2: Determinantes da aprovação do Governo Federal

	(1)	(2)	(3)
Avaliação econômica do país	0.80*	0.81*	0.81*
	(0.07)	(0.08)	(0.08)
Avaliação econômica do pessoal	0.14	0.11	0.11
	(0.07)	(0.07)	(0.08)
Avaliação dos serviços públicos	0.19*	0.16*	0.069
	(0.03)	(0.03)	(0.04)
Corrupção	-0.11	-0.12	-0.13
	(0.12)	(0.13)	(0.13)
Homem	-0.088	-0.15	-0.15
	(0.11)	(0.13)	(0.13)
Idade	0.046	0.063	0.064
	(0.04)	(0.05)	(0.05)
Escolaridade	-0.21*	-0.16*	-0.17*
	(0.06)	(0.07)	(0.07)
Renda familiar mensal	-0.052	0.0061	0.012
	(0.07)	(0.08)	(0.08)
Porte do município	-0.17*	-0.092	-0.096*
	(0.04)	(0.05)	(0.05)
Bolsa família	0.28	0.33	0.34
	(0.17)	(0.18)	(0.18)
Apoio à Copa (a favor)	-	1.06*	1.02*
	-	(0.17)	(0.19)
Interesse nos jogos	-	0.014	0.014
	-	(0.09)	(0.09)
Cidade–sede	-	-0.48*	-0.58*
	-	(0.14)	(0.20)
Benefícios	-	0.16	0.16
	-	(0.17)	(0.17)
Prejuízos	-	0.093	0.10
	-	(0.18)	(0.18)
Apoio à Copa (a favor) × Cidade–sede	-	-	0.16
	-	-	(0.25)
Apoio à Copa (a favor) × Serviços	-	-	0.15*
	-	-	(0.06)
Apoio à Copa (a favor) × Cidade–sede × Serviços	-	-	0.025
	-	-	(0.07)
Constante	-2.24*	-3.28*	-2.79*
	(0.40)	(0.49)	(0.52)
N	1744	1601	1601
Pseudo R ²	0.181	0.223	0.227
Log lik.	-988.1	-860.7	-856.4
Chi ²	435.3	494.4	503.0
AIC	1998.2	1753.4	1750.7

Fonte: Pesquisa Quadrimestral de Opinião Pública Secom/PR – mar. 2014
Erros-padrão entre parênteses. * $p < 0.05$

Os dados sugerem que em março de 2014 a Copa do Mundo exercia influência na popularidade presidencial. A partir dos dados do Modelo 2, por exemplo, pode-se estimar que cidadãos que eram a favor da Copa do mundo tinham 63% (95% IC = 59%, 67%) de chance de aprovar o Governo Federal, mantidos os valores médios das demais variáveis. Os que eram contra tinham 37% (95% IC = 32%, 42%). Outra expectativa confirmada foi que morar em uma cidade-sede diminuía as chances de aprová-lo: 45% (95% IC = 40%, 50%) para os residentes, contra 57% (95% IC = 53%, 61%) para os não-residentes.

Outro dado importante é o resultado da interação entre ser a favor da Copa do Mundo e a avaliação dos serviços públicos. Nos modelos 1 e 2 essa variável é estatisticamente significativa. Mas esse efeito desaparece com a inclusão do termo interativo, no modelo 3. Isso esclarece um pouco mais o mecanismo pelo qual o torneio impactou a popularidade presidencial. Esses resultados justificam a preocupação do governo da presidente Dilma Rousseff em como a organização da Copa afetaria a avaliação do seu governo, especialmente num ano em que concorreria pela reeleição.

Os dados sugerem que a percepção sobre os serviços públicos, e da performance do Governo Federal em relação a eles, foi alterada em função da Copa do Mundo. Afinal, a sua realização envolve um conjunto de decisões próprias dos atores políticos, que podem acabar reativando e colocando em evidência, na cabeça dos cidadãos, os problemas ligados aos serviços públicos. Como a avaliação dos serviços públicos é um componente importante da avaliação dos governos, impactando na sua popularidade, a existência dessa rede de correlações fez do megaevento um mecanismo indireto, ou um atalho, para a aprovação do Governo Federal.

Uma objeção a essas conclusões é a seguinte. A popularidade da presidente não poderia influenciar o posicionamento dos cidadãos em relação à Copa do Mundo? Os dados sugerem que sim. Estimamos uma regressão com as mesmas variáveis incluídas no modelo 2. A diferença foi a definição do apoio ao torneio como variável dependente. O impacto estimado da aprovação do Governo Federal sobre a Copa ($\beta = 1.05$, $p < .00$) foi semelhante à da Copa sobre o Governo Federal ($\beta = 1.06$, $p < .00$). Infelizmente, as análises quantitativas não elucidam completamente qual é a direção de causalidade mais provável. Mas as pesquisas qualitativas da Secom/PR nos ajudam nessa tarefa.

As explicações qualitativas

Pesquisas qualitativas, como grupos focais, têm a vantagem de oferecer a perspectiva das considerações que levam à formação da opinião (CHONG, 1993). Podemos ver com mais clareza as preocupações que rondavam a cabeça dos brasileiros em relação à Copa do Mundo, que tipo de associações espontâneas e provocadas foram enfatizadas durante as discussões, e como eles pensaram e raciocinaram quando estimulados a falar sobre esse tema.⁸ Embora o material ofereça riqueza de informações contextuais, principalmente porque tratavam também de outros assuntos que interessavam ao Governo Federal, a proposta não foi realizar uma análise exaustiva. Buscamos verificar em que sentido as indicações encontradas na análise quantitativa se aproximam das impressões do público nos grupos focais.

Copa e manifestações: visibilidade do evento

Foi a partir da Copa das Confederações que a Copa do Mundo de 2014 passou a ser uma fonte de pressão sobre o Governo Federal. As críticas aos gastos com o megaevento frente à precariedade de serviços públicos, as exigências de serviços públicos “Padrão Fifa”, os atrasos em obras e a pauta “Não vai ter Copa” se fortaleceram como retórica nas manifestações para chamar atenção para inúmeros problemas do país. As discussões que emergiram nos grupos focais mostram que a perspectiva histórico-sociológica do futebol como “ópio do povo” no Brasil foi desafiada. A Copa do Mundo foi colocada na posição de despertador das massas, que se traduz na narrativa por trás do slogan “O Gigante Acordou” (FARIA, 2016). Em vários trechos dos grupos focais é possível encontrar essas associações:

“Todo bobo tem uma hora que explode. Talvez a Copa tenha sido só o pico para desmascarar algumas coisas que levou a uma explosão. É claro que tudo em excesso vai chegando a um extremo que vai começando a perder a razão, mas a essência da coisa, acho muito pertinente. **A Copa foi um estopim para as manifestações**” (grifos nossos). (Natal, Copa II, AB, 19-25, ótimo/bom)⁹

“As manifestações foram geradas principalmente pelos gastos da Copa quando está faltando dinheiro para outras coisas” (grifos nossos). (Porto Alegre, Copa II, AB 18-25, regular)

A partir da Copa das Confederações, a visibilidade do evento passou a ser utilizada como canal de pressão. Apesar do gosto majoritário pelo futebol, o público não só estava disposto a questionar os problemas do país, como também usar a exposição mundial da Copa

⁸ Cabe ressaltar que, além de outros critérios, os participantes dos grupos de 2013 foram separados entre aqueles que avaliavam o Governo Federal como ótimo/bom, regular e ruim/péssimo. Já os grupos de 2014 foram divididos pelo critério de aprovação da Copa do Mundo. No Pré-Copa os grupos eram separados em aprova/desaprova, e na pesquisa Clima Copa eram mistos, ou seja, 50% aprova e 50% desaprova.

⁹ Na referência da transcrição, a fim de facilitar a identificação, seguirá respectivamente o nome da cidade, o nome da pesquisa, a classe social, faixa etária, gênero (quando houver), avaliação de governo (quando houver) ou avaliação da Copa (quando houver). Ressalta-se que nas pesquisas de 2013 não houve divisão por gênero nos grupos.

do Mundo para mostrar que o Brasil não era apenas um rótulo do esporte, mas escondia profundos problemas sociais.

“Antes das manifestações eles [outros países] tinham certeza da imagem que queriam pregar de que o Brasil é um país que é mais que carnaval e futebol, **mas com as manifestações mudou isso**” (grifos nossos). (Porto Alegre, Copa II, AB, 18-25, regular)

“Acho que melhorou porque os governantes escutaram um pouco a população. **Foi a forma que a gente achou de chamar a atenção deles.** Foi passada uma mensagem” (grifos nossos). (Cuiabá, Copa II, CD ,18-25, ruim/péssimo)

“Se você for pensar na Copa do Mundo do Brasil, você vê pela Copa das Confederações, **este patriotismo fez criar as manifestações que o mundo todo viu.** Os pontos que eles colocaram foram bastante validos. Copa do Mundo na Alemanha custou trinta milhões de dólares e a do Brasil está custando cinquenta e pouco. Sendo que a Copa do Mundo da Alemanha foi sensacional e aqui **no Brasil ainda tem muita questão de infraestrutura que falta, aeroporto, transporte público.** E este dinheiro que está sendo investido extra, provavelmente deve estar sendo desviado em algum lugar. Porque não pode ser tão caro e não ter a qualidade que tem em outros países. **Este dinheiro poderia ser aplicado em hospital, hospital do interior, transporte público, para dar qualidade a sociedade**” (grifos nossos). (Salvador, Copa I, AB, 18-25, ótimo/bom)

“É muito dinheiro gasto com estádio e **muita gente morrendo em fila de hospital**” (grifos nossos). (Porto Alegre, Copa II, CD 30-39, ruim/péssimo)

Dessa forma, mais do que estopim para um conjunto de insatisfações, a Copa do Mundo começa a se configurar, naquele momento inicial, como atalho para avaliação do Governo Federal. Em todos os grupos de discussão, sem exceção, as abordagens espontâneas dos participantes em referência à Copa passaram, obrigatoriamente, pelos questionamentos sobre o produto do que estavam recebendo da ação governamental, em comparação com os investimentos para o Mundial.

Copa e Governo: Frustração de expectativas, desconfiança e responsabilização

Quando o Brasil foi escolhido para sediar a Copa do Mundo o clima era de otimismo com os rumos do país e animação pelo evento. Afinal, o Brasil é reconhecido como país do futebol (DAMATTA, 1986). Contudo, a visão sobre sediar a Copa mudou ao longo dos anos entre a escolha e a proximidade de sua realização. A complexidade da organização, os gastos envolvidos, as exigências da Fifa, a desconfiança sobre uso dos recursos, tudo isso parece ter provocado uma mudança na percepção do público sobre o Mundial.

Mas por que os cidadãos brasileiros começaram a se posicionar contra a Copa do Mundo? Os grupos focais da pesquisa *Clima Copa*, realizada em junho de 2014, às vésperas do evento, fornecem uma visão mais apurada sobre essa questão. No roteiro para as doze cidades-sede foram inseridas as seguintes perguntas: *Quando saiu o anúncio de que o Brasil iria sediar a Copa de 2014, vocês eram a favor ou contra a realização da Copa aqui?* E, na sequência, *por que mudaram de opinião?* O objetivo era justamente conseguir captar como

os participantes descreviam os processos emocionais e cognitivos pelos quais eles passaram nesse período.

“Mudou. **Eu era a favor pela paixão**. Porque era um sonho, pela festa, pela alegria. Mas aí é o realismo. Eu acho que a priorização de obras faraônicas, **que não eram tão necessárias quanto saúde e educação**” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Clima Copa, AB, 35-50, feminino)

“Eu achava que ia ser uma coisa boa para o Brasil. Mas de acordo foi passando, passando, fui vendo morte, manifestação, greve, muita coisa vai acontecendo, aí **você vai e toma consciência da coisa**” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Clima Copa, CD, 35-50, feminino)

“Porque quando foi anunciado, a gente pensou assim: ‘Agora no Brasil, tal’. Só que a gente não parou para pensar que ia mexer na cidade toda, o que eles iam fazer. Só pensamos no futebol, o povo vir para cá. Fez ficar contra foram as obras malfeitas”. (Belo Horizonte, Clima Copa, CD, 35-50, feminino)

“Eu era a favor, comemorei. Daí começou muita bagunça, manifestação, **falaram que o Brasil ia melhorar e não foi**. Fiquei contra” (grifos nossos). (São Paulo, Clima Copa, CD, 35 a 50, masculino)

“Para mim **venderam uma história e virou outra**” (grifos nossos). (São Paulo, Clima Copa, CD, 35 a 50, masculino)

“Falaram que iam construir na época, mas **achava que construiriam um hospital decente, que terminava o hospital de base, um hospital decente para o povo**, achei que a polícia iria ser melhor, e infelizmente a gente tem que aproveitar isso” (grifos nossos). (Brasília, Clima Copa, CD, 35 a 50, masculino)

As falas dos participantes sugerem que a mudança na percepção do evento passou pela consciência de que o país teria que organizar e fomentar com recursos públicos a estrutura para realização da Copa do Mundo. A condução e o gerenciamento do evento por parte do governo e o descumprimento de promessas vão sendo, aos poucos, colocados à prova. Quebrou-se a expectativa de um país em melhores condições e com serviços públicos mais eficientes para o momento de sediar o evento. Os participantes expressaram expectativas não correspondidas.

Desconfiança e grau de responsabilização do Governo Federal

Além das mudanças na percepção do evento, a baixa confiança em relação ao uso dos recursos públicos predominou entre os grupos. A corrupção não foi o fator mais lembrado, mas sim a frustração na contrapartida do que estava sendo gasto. É parte da visão negativa sobre essa contrapartida governamental, perceptivelmente, vinha da desconfiança sobre o mau uso dos recursos públicos.

“Eu acho que **a Copa evidenciou toda a corrupção, toda a sujeira**. Ela tirou de debaixo do tapete e pôs para cima. Os gastos astronômicos e os não gastos, dizendo que tinha gastado por parte de que, administrou a capacitação, o governo federal” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Clima Copa, AB, 35-50 anos, feminino)

“Na Copa das Confederações eles [o Governo] **tiraram 08 milhões da educação em Minas Gerais**, isso para um monte de gente de outros países virem aqui, e **os nossos alunos sem livro, sem material, sem computador, internet, sem nada**” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Copa II, AB, 18-26, ruim/péssimo)

“Até acho que o governo faz, mas tudo que faz tem um extra, um caixa 2, 3, 4. Ele sempre arranja um jeito de melhorar um pouco, mas pegar para ele também. O estádio ficou super caro, muito milhões foram repassados para eles [os políticos]”. (Brasília, Copa II, CD, 18-25, ótimo/bom)

Quando Norris (2011) trata da descrença em relação à governança pública, direcionada a políticas e ações governamentais específicas, ela defende que esse é um dos sintomas das democracias liberais contemporâneas e que essa desconfiança, ao invés de apatia, gera novas formas de atitudes públicas de participação não convencionais. Segundo a autora, as pessoas reagem às expectativas frustradas com aumento da criticidade.

Foi isso o que encontramos nas discussões dos grupos: a criticidade como sintoma da frustração. A falta de confiança do brasileiro certamente impactou nos índices de apoio à Copa do Mundo e ao Governo Federal. Em vários trechos é possível perceber a indignação dos participantes. Muitos se manifestam até mesmo com certo cinismo em relação às suspeitas de mau uso dos recursos públicos.

“Acho que nós deveríamos nos tornar um País mais justo socialmente, com mais igualdade social, distribuição de renda, quando passar a Copa quem vai arcar? O endividamento da construção de estádio, **a gente sabe a corrupção como funciona, o desvio de dinheiro, superfaturamento, a gente vai arcar com isso**” (grifos nossos). (Salvador, Copa I, CD, 40 a 55, ruim/péssimo)

“Foi o pior governo que já vi. Trouxeram a Copa para cá achando que iam mascarar e deram um tiro no pé. **Poderiam não ter roubado tanto e ter feito coisas mais para o povo**” (grifos nossos). (São Paulo, Clima Copa, AB, 18 a 26, masculino)

O grau de desconfiança ficou bastante evidente nas discussões dos grupos focais. A falta de fé dos brasileiros não é só relativa ao uso do dinheiro público, mas quanto à própria capacidade do governo de entregar o que foi prometido. Uma das frases mais comuns que se ouvia nas ruas no período anterior à Copa era: “Se está assim agora, imagine na época da Copa”. Soma-se a isso, tanto nos testes quantitativos como qualitativos, que as pessoas atribuíam a maior parte da responsabilidade dos problemas ligados e causados pelo evento ao Governo Federal.

Serviços públicos versus Copa do Mundo: aumento da criticidade

Um dos pontos perceptíveis nas discussões dos grupos focais foi a associação espontânea e direta da Copa do Mundo com os serviços públicos. Esse é um dos caminhos mais importantes para compreender de que forma o desempenho do Governo Federal ganhou tanta

notoriedade, fazendo do evento um atalho cognitivo. Isso tem a ver, sobretudo, com a percepção do produto da ação governamental na preparação para a Copa e a comparação com os serviços públicos em geral. A nosso ver, a relação do Mundial com os serviços públicos, que já emergiu na análise quantitativa, se confirma.

“Eles **estão associando com razão à saúde, vai no hospital e não tem médico, mas tem dinheiro pra Copa. Tu ficas contra porque tu começa a associar com os outros assuntos.** Não paga o piso do professor mas tem dinheiro pra Copa” (grifos nossos). (Porto Alegre, Copa II, AB, 40-55, ótimo/bom)

“Desde a Roma Antiga é que tratam o povo com festas e jogos. E se a gente for analisar mais uma vez, com todos esses problemas sociais, a gente está se preocupando em investir milhões e bilhões numa festa linda, mas, que vai estar somente calando nossa boca por uns instantes pra esquecer nossos problemas. **Vai acabar a Copa e toda a problemática vai continuar. Vai ter estádio de bilhões onde podia ter hospitais e escolas de qualidade**” (grifos nossos). (Manaus, Copa II, AB, 30-39, ruim/péssimo)

“A Copa rouba a nossa educação”.

“O Brasil precisa de saúde e não de Copa”.

“**Investe em mim e me chama de Copa**” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Copa I, AB, 18-26)

“Eu nunca pensei que a Copa do Mundo fosse para os brasileiros, porque **os brasileiros não estão pensando em futebol, estão pensando em saúde, em educação**” (grifos nossos). (Natal, Copa II, CD, 30-39 regular)

“**Não deveria ser investido em Copa e sim na saúde.** Eu conheço muita gente que morreu porque não tinha UTI. Então **é revoltante no Brasil a pessoa não ser atendida por conta de que o governo não tem dinheiro para saúde e está fazendo estádios**” (grifos nossos). (Brasília, Copa II, AB, 40 a 55, ruim e péssimo)

Percepção do legado e seus impactos

A visão do legado é um dos pilares na formação do apoio dos residentes dos países sede aos megaeventos esportivos (GURSOY; KENDALL, 2006; KIM, HYUN JEONG; GURSOY; LEE, 2006; PRAYAG *et al.*, 2013; RITCHIE; SHIPWAY; CHIEN, 2010). No Brasil, contudo, os inúmeros problemas que surgiram durante a preparação para os jogos foram, aos poucos, colocando em xeque a esperança de legado positivo. Isso fica claro nas falas abaixo, em resposta à seguinte pergunta, feita na pesquisa Clima Copa, realizada às vésperas do evento: *Vocês acham que os benefícios e os prejuízos se equivalem ou os benefícios são maiores ou os prejuízos são maiores?*

“Eu vejo muito benefício, mas eu vejo que a gente está deixando de ganhar com a Copa, eu acho que não precisava ter uma Copa no Brasil agora. **Eu acho que tem coisa muito mais importante que uma Copa no Brasil: investimento em hospital, investimento em educação...** Tem muito mais coisa que precisava de mais investimento com a Copa do Mundo” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Clima Copa, AB, 18-29, masculino)

“**Os prejuízos vão pesar muito mais.** Já começaram a aumentar os impostos. Teve sim benefício, **mas a gente achou que seria muito mais.** A gente achou que o metrô ia até a Savassi, o metrô não saiu do lugar. O Move é bom, vai ajudar, mas o metrô seria muito melhor” (grifos nossos). (Belo Horizonte, Clima Copa, AB, 35-50, feminino)

“No ano que começou a Copa aqui, em 2012, em janeiro, eu estava ouvindo rádio na Gazeta, a (inaudível) colocou uma mensagem tão linda para a gente ter paz, ter paciência, que iam ser dois anos difíceis de obras, mas que se a gente trabalhasse junto, então aquilo que ela falou ficou na minha cabeça, **mas a gente foi se decepcionando, foi se frustrando. Eu acho que para a nossa cidade teve mais prejuízo do que benefício**” (grifos nossos). (Cuiabá, Clima Copa, AB, 18-26, feminino)

Um dos fatores que chama atenção é que as pessoas não abordam apenas a perda material, ou a desesperança sobre o que a Copa do Mundo deixaria ao país. Elas abordam como *prejuízos* todo desgaste sofrido ao longo do processo, e fazem a associação constante do que deixou de ser investidos em serviços públicos básicos. A visão do legado transcende as obras que serão deixadas. Elas envolvem desde a aplicação de recursos, aos impactos no dia a dia, até o que deixou de ser aplicado em outras áreas.

“No começo ninguém estava se importando com o caos da obra, porque **todo mundo acreditava que ia dar certo**, ninguém se importava de ficar lá quase morrendo dentro do ônibus, porque sabia que ia dar certo. Só que foi passando o tempo, as coisas que foram sendo prometidas não foram sendo cumpridas, e a cidade ficando cada vez mais feia, cada vez mais caótica, **foi decepcionando, foi perdendo a graça, foi desiludindo a gente. Deu a sensação de que a gente ficou sendo feito de bobo durante esses dois anos inteiros**” (grifos nossos). (Cuiabá, Clima Copa, AB, 18-26, feminino)

“O grande prejuízo foi o dinheiro mal investido, obras que eram para ser concluídas e não foram, a mobilidade urbana. O que está perdendo também, mas não é físico e sim virtual, é o povo. **O Brasil perde na questão da saúde, educação em parte das escolas**” (grifos nossos). (Manaus, Clima Copa, CD, 18-26, masculino.)

“Você fica indignado com a falta de investimento em outras coisas. Precisamos de Metro, de outras coisas, **estádio é supérfluo**” (grifos nossos). (São Paulo, Clima Copa, CD, 35-50 anos, masculino)

“Eu acho que é a questão do orgulho, de você está se achando enganado. Tem tanta coisa que a gente precisa. A gente vê gente morrendo, você é assaltado. É a maquiagem. É a perda do dinheiro. **É a gente vê que o país é capaz de fazer uma Copa, mas não de dar uma vida boa a gente**” (grifos nossos). (Salvador, Clima Copa, CD, 18-26, masculino)

Obviamente, havia entre os participantes várias pessoas que defendiam a Copa do Mundo e acreditavam nas ações do Governo Federal. Mas essa visão positiva não foi predominante. Ao lado do sentimento da alegria atribuída aos brasileiros estava a frustração e decepção. As pessoas distinguem suas opiniões entre o futebol, o evento em si e as ações do governo. No balanço, nota-se que tiveram maior peso as questões relacionadas à governança. Isto é, os participantes não pareciam estar muito preocupados se o Brasil iria ganhar o perder em campo, mas demonstravam quase obsessivamente a associação do evento com a situação do país. Mais uma vez, a Copa servindo de atalho para uma reflexão da própria realidade.

Conclusão

Não restam dúvidas, portanto, de que megaeventos esportivos como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos são politicamente importantes (GRIX; HOULIHAN, 2013). Contudo, isso não significa que a Ciência Política seja uma disciplina onde existem vários estudos sobre o tema. Apesar do imenso papel que o esporte tem no dinheiro, no poder e na política pública – tanto nacional como internacionalmente – “os cientistas políticos estudam o assunto notavelmente pouco” (GIFT; MINER, 2017, p. 129).

A literatura sobre esporte e política sugere que os megaeventos esportivos são capazes de elevar os sentimentos nacionalistas, fomentar a união nacional, ampliar a importância internacional dos países-sede e agregar valor ao capital político dos governantes. Nesse sentido, o seu uso político pode ser visto como uma boa estratégia para ampliar o apoio popular. Mas, na prática, não foi isso que ocorreu no Brasil em relação à Copa do Mundo de 2014. Neste artigo buscamos justamente compreender como a popularidade do Governo Federal brasileiro foi afetada pela realização da Copa no país.

Os dados analisados, tanto quantitativos quanto qualitativos, evidenciaram a presença de sentimento de frustração entre a avaliação negativa dos serviços públicos e as expectativas criadas de se ter um país melhor. Com a proximidade da chegada da Copa do Mundo, principalmente a partir de 2013 com a Copa das Confederações, as pessoas passaram a apresentar posicionamentos mais críticos, tendo no megaevento esportivo um referencial de avaliação, um atalho para refletir sobre o padrão dos serviços públicos e evidenciar a performance governamental. Desse modo, pode-se afirmar que o Mundial da Fifa colocou em evidência o desempenho do Governo Federal não só na preparação, mas na condução das políticas públicas.

A emergência do megaevento como referencial para avaliação do governo pode ser melhor compreendida à luz de teorias como do cidadão-avaliador (OSTROM; SIMON, 1985) e da categoria de cidadãos críticos (NORRIS, 2011). O fenômeno coaduna, sobretudo, com o que está previsto na teoria dos *rally events*. Sendo assim, concluímos que, de fato, houve um *rally effect* negativo na popularidade presidencial entre 2013-2014, motivado pela Copa do Mundo.

Do ponto de vista político, megaeventos esportivos podem colocar em xeque a popularidade dos representantes políticos, especialmente nas democracias liberais, onde atores como a opinião pública têm mais participação. A ingerência na soberania do país, a grande visibilidade do evento na mídia, os vultosos valores públicos despendidos, as relações pouco transparentes com empreiteiras e grupos políticos, o aumento da criticidade por parte do público: tudo isso leva a crer que os governantes devem pensar com cautela ao hipotecar a sua popularidade com a realização da Copa do Mundo e das Olimpíadas.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Bárbara Schausteck De *et al.* Rationales, rhetoric and realities: FIFA's World Cup in South Africa 2010 and Brazil 2014. *International Review for the Sociology of Sport*, v. 50, n. 3, p. 265–282, 2015.
- ARNAUD, Pierre. Sport—a means of national representation. In: ARNAUD, PIERRE; RIORDAN, JAMES (Org.). *Sport and International Politics*. London and New York: E & FN SPON, 1998. p. 3–13.
- BERLEMANN, Micael; ENKELMANN, Sören. The economic determinants of U.S. presidential approval: A survey. *European Journal of Political Economy*, v. 36, p. 41–54, 2014.
- BONDE, Hans. Danish Sport and the Nazi Seizure of Power: Indoctrination, Propaganda and Confrontation. *The International Journal of the History of Sport*, v. 26, n. 10, p. 1458–1480, 2009. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09523360903057492>>.
- BORSANI, Hugo. Eleições e desempenho macroeconômico na América Latina (1979-1998). *Dados*, v. 44, n. 3, p. 481–512, 2001.
- BOYKOFF, Jules. Fun at the games: the anti-Olympics. *New Left Review*, v. 67, p. 41–59, 2011a.
- BOYKOFF, Jules. Space matters: the 2010 Winter Olympics and its discontents. *Human Geography*, v. 4, n. 2, p. 48–60, 2011b.
- BOYKOFF, Jules; FUSSEY, Peter. London's shadow legacies: security and activism at the 2012 Olympics. *Contemporary Social Science*, v. 9, n. 4, p. 253–270, 2014.
- BUROCCO, Laura. África do Sul. In: PAULA, MARILENE DE; BARTELT, DAWID DANILO (Org.). *Copa para quem e para quê? Um olhar sobre os legados dos mundiais no Brasil, África do Sul e Alemanha*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2014. p. 60–105.
- CHONG, Dennis. How People Think, Reason, and Feel about Rights and Liberties. *American Journal of Political Science*, v. 37, n. 3, p. 867–899, 1993.
- COTTLE, Eddie. *Copa do Mundo na África do Sul: um legado para quem?* Florianópolis: Insular, 2014.
- COTTLE, Eddie. *South Africa's World Cup: A Legacy for Whom?* South Africa: University of KwaZulu-Natal Press, 2011.
- DAMATTA, Roberto. Futebol: ópio do povo ou drama de justiça social? *Explorações: ensaios de sociologia interpretativa*. Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p. 101–120.
- DOMINGUES, Edson Paulo; JUNIOR, Admir Antonio Betarelli; MAGALHÃES, Aline Souza. Quanto Vale o Show? Impactos Econômicos dos Investimentos da Copa do Mundo 2014 no Brasil. *Estudos Econômicos*, v. 41, n. 2, p. 409–439, 2011.
- DOWNS, Anthony. *Uma Teoria Econômica de Democracia*. São Paulo: EDUSP, 1999.
- DRUMOND, Maurício. Vargas, Perón e o esporte: propaganda política e a imagem da nação. *Estudos Históricos*, v. 22, n. 44, p. 398–421, 2009.
- EDWARDS III, George C.; MITCHELL, William; WELCH, Reed. Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Salience. *American Journal of Political Science*, v. 39, n. 1, p. 108–134, 1995.
- FARIA, Raquel Macedo Batista De. *As manifestações de 2013 e de 2014: enunciações cristalizadas de um perfil de brasilidade*. 2016. 118 f. UFF, Niterói, 2016.
- FIORINA, Morris P. *Retrospective Voting in American National Elections*. News Haven and London: Yale University Press, 1981.
- GIFT, Thomas; MINER, Andrew. “Dropping the Ball”: The Understudied Nexus of Sports and Politics. *World Affairs*, v. 180, n. 1, p. 127–161, 2017.
- GRIX, Jonathan; HOULIHAN, Barrie. Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012). *British Journal of Politics and International Relations*, v. 16, n. 4, p. 1–25, 2013.
- GURSOY, Dogan; KENDALL, K W. Hosting Mega Events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, v. 33, n. 3, p. 603–623, 2006.
- GUTTMANN, Allen. Sport, politics and the engaged historian. *Journal of Contemporary History*, v. 38, n. 3, p. 363–375, 2003.
- HEALY, Andrew J.; MALHOTRA, Neil; MO, Cecilia Hyunjung. Irrelevant events affect voters' evaluations of government performance. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, v. 107, n. 29, p. 12804–12809, 2010.
- KERNELL, Samuel. Explaining Presidential Popularity. How Ad Hoc Theorizing, Misplaced Emphasis, and Insufficient Care in Measuring One's Variables Refuted Common Sense and Led Conventional Wisdom Down the Path of Anomalies. *American Political Science Review*, v. 72, n. 2, p. 506–522, 1978.
- KIEWIET, D Roderick. *Macroeconomics and Micropolitics: the Electoral Effects of Economic Issues*.

- Chicago e Londres: The University of Chicago Press, 1983.
- KIM, Hyun Jeong; GURSOY, Dogan; LEE, Soo-Bum. The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, v. 27, p. 86–96, 2006.
- KIM, Samuel Seongseop; PETRICK, James F. Residents' perceptions on impacts of the FIFA2002 World Cup: the case of Seoul as a host cit. *Tourism Management*, v. 26, n. 1, p. 25–38, 2005.
- KINDER, Donald R. Presidents, Prosperity, and Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, v. 45, p. 1–21, 1981.
- KROSNICK, Jon A; BRANNON, Laura A. The Impact of The Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement. *American Political Science Review*, v. 87, n. 4, p. 963–975, 1993.
- KROSNICK, Jon A; KINDER, Donald R. Altering the Foundations of Support for the President Through Priming. *American Political Science Review*, v. 84, n. 2, p. 497–512, 1990.
- LEWIS-BECK, Michael S; STEGMAIER, Mary. The VP-function revisited: a survey of the literature on vote and popularity functions after over 40 years. *Public Choice*, v. 157, n. 3, p. 367–385, 2013.
- MUELLER, John E. Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*, v. 64, n. 1, p. 18–34, 1970.
- MUTZ, Diana C. Contextualizing Personal Experience : The Role of Mass Media. *The Journal of Politics*, v. 56, n. 3, p. 689–714, 1994.
- NADEAU, Richard *et al.* Elite Economic Forecasts, Economic News, Mass Economic Judgments, and Presidential Approval. *The Journal of Politics*, v. 61, n. 1, p. 109–135, 1999. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2647777%5Cnhttp://www.jstor.org.ezproxy.library.wisc.edu/stable/pdfplus/2647777.pdf?acceptTC=true>>.
- NANNESTAD, Peter; PALDAM, Martin. The VP-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years. *Public Choice*, v. 79, n. 3–4, p. 213–245, 1994.
- NOLL, Roger G. Downsian Thresholds and the Theory of Political Advertising. In: GROFMAN, BERNARD (Org.). *Information, Participation, and Choice: An Economic Theory of Democracy in Perspective*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1995. p. 37–55.
- NORRIS, Pippa. *Democratic Deficit: critical citizens revisited*. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- OSTROM, Charles W; SIMON, Dennis M. Promise and Performance: A Dynamic Model of Presidential Popularity. *American Political Science Review*, v. 79, n. 2, p. 334–358, 1985.
- OSTROM, Charles W; SIMON, Dennis M. The man in the Teflon suit? The environmental connection, political drama, and popular support in the Reagan presidency. *Public Opinion Quarterly*, v. 53, n. 3, p. 353–387, 1989.
- PENNA, Adriana. Megaeventos esportivos no Brasil: raias abertas para a corrida do capital. *O Social em Questão*, n. 29, p. 209–234, 2013.
- PRAYAG, Girish *et al.* London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, v. 36, p. 629–640, 2013.
- RITCHIE, Brent W; SHIPWAY, Richard; CHIEN, Monica. The role of the media in influencing residents' support for the 2012 Olympic Games. *International Journal of Event and Festival Management*, v. 1, n. 3, p. 202–219, 2010.
- SIGOLI, Mário André; DE ROSE JUNIOR, Dante. A história do uso político do esporte. *Revista Brasileira de Ciência & Movimento*, v. 12, n. 2, p. 111–119, 2004.
- VINOKUR, Martin Barry. *More Than a Game: Sports and Politics*. Santa Barbara: Greenwood Press, 1988.
- WAITT, Gordon. Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, v. 30, n. 1, p. 194–215, 2003.