

Entre as mídias e o urbano: polifonia e agendamento da Copa do Mundo da FIFA 2014 na cidade de Florianópolis

Rogério Santos Pereira^{*a}, Fernando Golçalves Bitencourt^b, Iracema Munarim^c, André Marsiglia Quaranta^d, Éliton Clayton Rufino Séara^e, Rodrigo Ferrari^f, Lyana Thédiga de Miranda^g

^a Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: rogeriosantosp@gmail.com

^b Instituto Federal de Santa Catarina, São José, SC, Brasil. E-mail: ferbit@ifsc.edu.br

^c Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: ira.munarim@gmail.com

^d Secretaria de Estado da Educação de Sergipe, Aracaju, SE, Brasil. E-mail: andrequaranta@gmail.com

^e Secretaria de Estado da Educação de Santa Catarina, Itajaí, SC, Brasil. E-mail: elitonseara@gmail.com

^f Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: rd.ferrari@gmail.com

^g Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: lyanathediga@gmail.com

Recebido em 31 03 2013, Aceito para publicação em 30 04 2013, Disponível online dia 06 05 2013.

Resumo

Esta pesquisa objetivou investigar os modos de agendamento para a Copa do Mundo da FIFA de 2014, a realizar-se no Brasil, a partir de uma etnografia na cidade de Florianópolis – SC. O campo, denominado “Triângulo Nervoso”, teve como limite espacial o centro da cidade e temporal o período de realização da Copa do Mundo da FIFA na África do Sul (2010). Ao se considerar a hipótese de que a referida Copa poderia servir de alavanca para a publicização da Copa no Brasil, tomamos como objeto as “mídias urbanas” (*outdoors*, vitrines, panfletos, etc.) além dos diversos discursos citadinos. Tal polifonia aponta para um “não agendamento”, haja vista a “mudez” da urbe sobre a temática.

Palavras-chave: Agendamento, Mídia, Copa do Mundo da FIFA, Cidade.

Abstract

This research intended to investigate the ways of scheduling for the FIFA World Cup 2014, that will take place in Brazil, from an ethnography of the Florianópolis City – SC. The searchfield, called “Nervous Triangle” had as space limit the downtown area and for the temporal limit the period time of the FIFA World Cup of South Africa (2010). When considering the hypothesis that Africa's World Cup could be a lever for publicizing the FIFA World Cup Brazil 2014, we took as object the “urban media” (*outdoors*, shop windows, pamphlets, etc.) besides the speeches townspeople. This polyphony points to a “non scheduling”, because the “silence” of the urbe about the topic.

Keywords: Agenda setting, Media, FIFA World Cup, City.

O Brasil na Copa, a Copa no Brasil

No decorrer dos anos de 2010 e 2011, o Labomídia¹ – Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva –, grupo de pesquisa do Centro de Desportos da Universidade Federal de Santa Catarina, debruçou-se coletivamente para analisar os discursos midiático esportivos sobre a cobertura da Copa do Mundo da FIFA da África do Sul (2010), no intento de identificar possíveis processos de agendamento midiático da Copa do Mundo da FIFA do Brasil (2014) e buscar interpretar as dimensões discursivas das mídias (informação, entretenimento e/ou publicidade) em que essas narrativas são construídas.

Como o discurso midiático esportivo é amplo, intercomplementar e circular¹, foi imprescindível procedermos a um recorte do campo, a fim de viabilizar certa profundidade na análise dos setores escolhidos para observação, assim como garantir a representatividade de vários setores midiáticos no processo de observação e análise. Sob este pressuposto, a pesquisa intitulada “*O Brasil na Copa, a Copa no Brasil: antecipação, visibilidade, associações*”² constituiu-se a partir de quatro subprojetos que pretenderam cobrir dimensões e suportes diversificados do campo midiático. Num deles, abordamos a *mídia impressa*, a partir do jornal Folha de São Paulo, cuja representatividade e importância são bastante reconhecidas; no que tange à *mídia eletrônica*, nossa escolha recaiu sobre a maior rede de televisão de sinal aberto, a Globo, fazendo aí um recorte específico para o seu principal telejornal, o Jornal Nacional; em outro, visando a contemplar as *mídias digitais*, nosso olhar investigativo voltou-se para blogs de jornalistas esportivos e pessoas/instituições envolvidas com a Copa de 2014; por fim, focamos as realidades concretas e imaginadas da *cidade como uma mídia urbana* – perspectiva da qual se ocupará este texto – cujas expressões se manifestam nos espaços públicos e privados, em *outdoors*, cartazes, *displays*, vitrines, faixas, etc.

¹ O objeto de estudo do LaboMidia são as relações estabelecidas na sociedade contemporânea entre Educação Física e Mídia, a partir e com vistas à Educação Física escolar (embora não limitado a ela), visando a qualificação da formação em Educação Física, através de atividades de ensino, pesquisa e extensão. O Grupo mantém um sítio na internet (<http://www.labomidia.ufsc.br>) com versão integral dos trabalhos publicados.

² O estudo obteve apoio financeiro do Ministério do Esporte, através do edital de chamada pública da Rede CEDES/ Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Esporte e do Lazer. Os resultados, que incluem uma versão preliminar deste texto, foram reunidos no livro “O Brasil na Copa, a Copa no Brasil: registros de agendamento para 2014 na cobertura da midiática da Copa da África do Sul”, organizado por Giovani De Lorenzi Pires².

O conceito de *agenda-setting* oferece um caminho para se acompanhar, estudar e refletir sobre os discursos midiáticos esportivos. Advindo das teorias da comunicação, o conceito considera as relações de interdependência entre a agenda pública e a agenda midiática, bem como a capacidade que estas teriam em pautar suas notícias/informações. Segundo a teoria *agenda-setting*³ (*agenda* – pauta, ordem do dia; *setting* – arranjo, disposição, relação entre elementos), não há uma intervenção direta das mídias no comportamento dos indivíduos; o que ocorre é certa influência no modo como percebemos/construímos nossa imagem da realidade.

Pode-se dizer que o *agendamento* é um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e das próprias mídias) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pelas mídias, veículos que operam em nome de tais interesses, em uma relação de interação com a opinião pública⁵. É razoável considerar também que o agendamento exerce uma função de sociabilização, já que proporciona o compartilhamento de assuntos comuns, sobre os quais as pessoas conversam, constroem e reconstróem sua opinião.

Pensando especificamente as aproximações com o esporte, mais que atrelar valores e ditar comportamentos em relação às formas de consumir e viver, as mídias, por meio dos processos de agendamento, tendem a estabelecer maneiras de ver e interpretar essa realidade; elas intervêm nos mecanismos de percepção e elaboração de sentidos sobre a realidade das práticas esportivas que elas mesmas veiculam. Assim, poderíamos falar em um *agendamento esportivo*, considerando que o processo de construção de notícias é transformado de acordo com o *modo de dizer* de cada veículo midiático, que produz um discurso midiático esportivo próprio, e assim realiza o seu *agendamento*⁶.

³ Para Rogers e Dearing (1988, citado por TRAQUINA³, 2001, p.47), o “termo agenda é definido como uma lista de questões e acontecimentos que são vistos num determinado tempo e classificados segundo uma hierarquia de importância”. Sassoon⁴ (2005, p.193) considera que a pesquisa de *agenda setting* “visa a verificar como as agendas de prioridade temática da mídia se refletem naquela do público”.

No caso dos megaeventos esportivos no Brasil, é inegável que há algum tempo, possivelmente desde 2007, quando o país foi eleito para ser sede da Copa do Mundo, já ocorrem estratégias discursivas de agendamento que antecipam e dão visibilidade a tal evento no campo midiático. Tais manifestações vão compondo, portanto, essa conjuntura material e simbólica que é a tessitura narrativa midiática, em todas as suas variantes de modo (gêneros jornalísticos distintos) e de tempo (pré, pró e pós-megaevento).

Entre as mídias e o urbano

Dentre as múltiplas vozes da cidade, polifônicas e polissêmicas, este projeto buscou investigar os modos de agendamento para a Copa do Mundo de 2014, a realizar-se no Brasil, tomando como objeto de investigação o circuito urbano de Florianópolis – SC. Ao se considerar a hipótese de que a Copa da África do Sul (2010) poderia servir de alavanca para a publicização da Copa no Brasil (2014), como modo de agendamento, pretendeu-se mergulhar nas tramas da cidade para compreender, através da intercomunicabilidade das mídias, este modo de referência cíclica em que os meios de comunicação travam diálogo entre si e com o urbano, como a cidade em seus modos de apreensão, reflexão e produção de práticas e discursos organiza a agenda da referida Copa de futebol.

Com esta inspiração, para realizarmos nossa pesquisa a partir de uma perspectiva etnográfica, foi preciso que mergulhássemos na cidade, na trama urdida por ruas e avenidas, casas e edifícios, pessoas e objetos. Tal imersão se deu durante o período de realização da Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, especificamente entre 14 de junho e 11 de julho daquele ano. As incursões foram realizadas por nove pesquisadores em diferentes dias e horários, de maneira a cobrir com mais eficiência e com diferentes olhares o espaço delimitado de investigação.

Mas não bastava mergulhar na cidade. Para dialogar com a polifonia do urbano, era preciso buscar estratégias para orientar tanto o imergir – o que ver, ouvir, sentir – quanto para narrar o que emergia da submersão – o que foi visto, ouvido, sentido. Era preciso dizer das vozes, mas também dos silêncios, transcrever tanto falas quanto intervalos. Compreender o que está expresso e o que é implícito. Compor, com a escrita,

um contar atento às objetividades da *cidade-ilha*, mas que tivesse espaço para conter também parte da sua poesia e imprecisões. Afinal, uma cidade não são apenas seus muros e ruas, mas também seus corpos e subjetividades, seus sujeitos e desejos.

Como ler as cidades? Como interpretá-las? Como construir outras escritas, menos lineares e mais sensíveis à polifonia das cidades? Como compreender, traduzir, o entrecruzamento entre as mídias e o urbano? Durante a pesquisa, uma vez imersos na cidade, esta revelou a necessidade de aproximarmos o método científico e a estética, a ciência e a arte, a cidade e a literatura.

É assim que este texto apresenta-se: como um convite a criar modos de contar e recontar o que vivemos, uma proposta para que as nossas relações com as mídias sejam revisitadas. Não é um resumir, mas um sintetizar, um *remixar*. Um criar a partir dos fragmentos, autoria de escritas polifônicas que nos levam ao descobrir. Como Italo Calvino, que ao imaginar suas (nossas) cidades, nos incita a nos lançarmos à imaginação, mas também, simultaneamente, a olharmos o vivido.

As Cidades de Calvino

No pequeno livro “As Cidades Invisíveis”, Italo Calvino⁷ narra as cidades que o aventureiro Marco Polo descreve para Kublai Khan, fruto de suas viagens (possíveis e imaginadas) pelo vasto reino do “Grande Khan” e em terras além. Cidades de nomes exóticos, femininos – Sofrônia, Armila, Zenóbia, Isaura, Zirmia. Cidades mulheres se criam no ermo, no deserto e na poeira, às margens de rios, suspensas e subterrâneas. São cidades “ocultas”, dos “mortos”, “delgadas”, “celestes” ou “contínuas”...

Notado o fato de que, segundo o próprio Marco Polo, “jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve” (Calvino⁷, p.59), as narrativas seguem, irresistíveis, improváveis, absurdas. Das cidades que nos interessam – além de todas as outras, que também muito nos interessam: as que amontoam lixo, que desaparecem, que não se sabe se já se está em seu interior ou a sua porta, ou ainda as que espelham superfícies ou formas e/ou, co-fundidos, vivos e mortos coabitam – estão as que confluem em “cidades trocas”, cidades espaços e/ou “cidades símbolos”. Vamos a elas.

As Cidades e as *Trocas* (Ibid⁷, p 72):

Em Ercília, para estabelecer as ligações que orientam a vida da cidade, os habitantes estendem fios entre as arestas das casas, brancos ou pretos ou cinza ou pretos e brancos, de acordo com as relações de parentesco, troca, autoridade, representação. Quando os fios são tantos que não se pode mais atravessar, os habitantes vão embora: as casas são desmontadas, restam apenas os fios e os sustentáculos dos fios.

(...) Deste modo, viajando-se no território de Ercília, depara-se com as ruínas de cidades abandonadas, sem as muralhas que não duram, sem os ossos dos mortos que rolam com o vento: teias de aranha de relações intrincadas à procura de uma forma.

“As Cidades Delgadas” (Ibid⁷, p. 71):

Se quiserem acreditar ótimo. Agora contarei como é feita Otávia, cidade-teia-de-aranha. Existe um precipício no meio de duas montanhas escarpadas: a cidade fica no vazio, ligada aos dois cumes por fios e correntes e passarelas. Caminha-se em trilhos de madeira, atentando para não enfiar o pé nos intervalos, ou agarra-se aos fios de cânhamo. Abaixo não há nada por centenas e centenas de metros: passam algumas nuvens; mais abaixo, entreve-se o fundo do desfiladeiro.

Essa é a base da cidade: uma rede que serve de passagem e sustentáculo.

(...) Suspensa sobre o abismo, a vida dos habitantes de Otávia é menos incerta que a de outras cidades. Sabem que a rede não resistirá mais que isso.

“As Cidades e os Símbolos” (Ibid⁷, p. 47):

De todas as mudanças de língua que o viajante deve enfrentar em terras longínquas, nenhuma se compara a que o espera na cidade de Ipásia, porque não se refere às palavras mas às coisas. Uma manhã cheguei a Ipásia. Um jardim de magnólias refletia-se nas lagoas azuis. Caminhava em meio à sebes certo de encontrar belas jovens damas ao banho: mas, no fundo da água, caranguejos mordiam os olhos dos suicidas com uma pedra no pescoço e os cabelos verdes de algas. Senti-me defraudado e fui pedir justiça ao sultão. (...) Só me restava interrogar os filósofos.

- Onde está o sábio?

O filósofo estava sentado na grama e disse:

- Os símbolos formam uma língua, mas não aquela que você imagina conhecer.

Compreendi que devia me liberar das imagens que até ali haviam anunciado as coisas que procurava: só então seria capaz de entender a linguagem de Ipásia. (...) Não existe linguagem sem engano.

Inúmeras são as cidades criadas por Calvino, territórios dispersos no imaginário do escritor que deu uma vida inventada a Marco Polo, interlocutor de Khan, narrador dos mundos (im)possíveis. Mas, é claro, não estamos com Calvino apenas para postular alegorias. Simmel⁸ já nos ensinou que um fato sociológico (ou antropológico) não

precisa ter existência concreta, a sua possibilidade já é suficiente para sugerir uma investigação. Esperamos, no andamento das ideias, apresentar alguns dos mundos aludidos por Calvino: cidades possíveis que nos remetem aos nossos mundos vividos. Por ele inspirados, nos propomos a olhar para a cidade como se fosse a primeira vez – não como turista, mas feito o viajante (Marco Polo?) que a olha nos mínimos detalhes e cria fantasias – e descrevê-la, ainda que as teias que a sustentam, como qualquer linguagem, *teias de significado*⁹, não sejam interpretadas sem riscos, sobressaltos, surpresas ou enganos.

A Cidade Polifônica

Apresentamos as cidades imaginadas por Calvino, deixem-nos narrar, agora, nossos modos de ver a(s) cidade(s). A cidade é viva. Não é reflexo porque não há espelhos para tanto. Não é puro espaço ou objeto (porque talvez já não haja mais pureza, se algum dia houve). É uma modalidade da realização da sociedade: aglomerada na urbe de concreto, asfalto e gente; assustadora nas luzes e fluxos da megalópole; encantada na calma esparsa das pequenas *polis*. O que faz a vida da cidade? As pessoas, ruídos, passagens, prédios, vitrines. A comunicação e seus sentidos. A polifonia. O *mix* orgânico/concreto. As luzes e suas sombras. O vento, o espírito (do tempo), a cultura... As (muitas) mídias (?).

Tantas são as cidades que ler um mapa é perder-se no diverso. Mas o mapa, a carta grafada, captura a fixidez que já não há. E o fluxo da cidade moderna de Simmel⁸ [a Berlim de 1900] – que o discurso pós-moderno reiteradamente chama de novo – é um convite ao perder-se. Um perder-se que o GPS não atualizado atualiza – o GPS é mapa e fluxo. É cibermapa. É comunicação. É a cartografia na velocidade. Mas o fluxo tem seu suporte material no fixo. O itinerário variado são as ruas a existir. A fala que se modifica e os significados que se transformam são os meios a existir. Permanentemente mutáveis. Estabilidades fluidas.

O fluir da cidade tem seus meios. Meios de comunicação. Comunicação, diálogo, reciprocidade. Dizia Mauss¹⁰ que a reciprocidade é uma das rochas da sociedade. A comunicação é o nível insuperável do dom e do contra dom. Comunicação de palavras e objetos (e também mulheres, para completar a trilogia levistraussiana).

Bem descrita por Canevacci¹¹: cidade polifônica. As muitas vozes da cidade configuram o espaço da urbe como dialógico, plurilógico, num modo de comunicar que transcende a co-presença física e abarca o discurso midiático em geral: das grandes redes de TV, dos jornais e revistas, do velho rádio...

A cidade é assim descrita porque é a comunicação que a cria. A comunicação de dutos e fios; de ruas e avenidas; de janelas e portas; de rádios e TVs; de barcos, pessoas e pontes. E é deste ponto que se ergue a cidade-ilha – pois para fazer justiça à nossa visada sobre a cidade precisamos apresentar aquela onde vivemos. Não as muralhas e portas da cidade antiga. Não as placas a anunciar divisas. Mas a água a exigir cuidado, distância. Florianópolis, terra dos desterrados. Ilha-desterro. Lugar da comunicação desconfiada, miúda, restritiva, (resistente?). Não há fuga da ilha. É preciso enfrentar quem e o que chega. Olhar nos olhos. Fundam-se relações antropofágicas ou antropeômicas. A cidade-ilha não se abandona às pressas. Mar escudo-prisão.

Claro que nossa ilha é moderna. Pontes traçam as rotas com o continente próximo. Florianópolis também não é uma pequena ilha perdida num oceano incomensurável. Os açorianos já deram conta de aproximar sua ilha do continente, há muitos anos, mudando de ilha. Destacado deste mapa profundo onde as muitas cidades – no tempo e no espaço – erigem suas vidas, nossa questão emerge da cidade rumo à própria cidade, pois que se refere ao processo comunicacional da/na cidade polifônica.

Entretanto, limitada a esta circunscrição marítima, não chega nossa ilha a se configurar como uma metrópole: *metrópole comunicacional*¹². Sem os *viedescapes* e seus fetichismos, os edifícios tela e as luzes extravagantes, Florianópolis, apesar de poli, não alcança, ainda, a dramaticidade complexa, flutuante e fragmentária das grandes metrópoles. Ainda que desordenada, abarca, porém, em sua pluralidade, estruturas identitárias, singularidades. Na metrópole comunicacional tudo é múltiplo: corpocidade-fetichismo-mercadoria-fluxo-luminescências.

Consideradas, portanto, as potências discursivas da Ilha de Santa Catarina, também cidade mulher, ilha polifônica, como se comunica a cidade consigo mesma e com os meios de comunicação, cada vez mais desterrados?

O questionamento nos remete ao desterro em um ano de Copa do Mundo. Não qualquer copa, mas daquelas de futebol que tomam os espaços da televisão, do rádio, dos jornais impressos, os pluri confins da internet. As vozes verde-amarelas adentram

por nossas ruas e vidas, conversas e calçadas, vitrines e olhares. A polifonia não é apenas de gritos de gol, de lágrimas nas derrotas. Símbolos, à maneira de Calvino, formam uma língua (quantas, tantas línguas) diferente daquelas que nosso ouvir-olhar julga conhecer.

Percursos

A arquitetura urbana, desdobrada pelo olhar como um mapa, pode ser atravessada em sobrevoo, registrando suas passagens, lugares de fluxo e aglomerações entre o formigar de pessoas e automóveis. Este ponto de vista aéreo descobre também os bairros, paisagens desconexas de concreto, asfalto e natureza, dispersões em forma de pequenas praças, bosques, árvores que perseguem as avenidas ou vivem isoladas. Visitam monumentos de todas as ordens: dedicados à política, ao consumo, à glória e grandeza humana, mas também à nossa miséria. Terminais e linhas de transporte público, ferrovias e aeroportos. Pontes e viadutos. Todas as marcas indelévels do humano materializando seu mundo.

O sobrevoo alcança, como convidado já esperado, a materialidade e o fluxo citadino. Mas, vê-lo de cima, localizá-lo no mapa urbano, é apenas um passo no sentido de compreendê-lo na tessitura da urbe que amalgama, nas inúmeras armações em aço e concreto, os espaços de sociabilidade complexos e singulares. Então descortinada a plenitude da cidade como o falcão que inspeciona os campos de caça, é preciso vivê-la em suas entranhas.

É Michel de Certeau¹³ quem nos alerta que a “cidade-panorama” é apenas uma modalidade do urbano, pois que, o olhar que a cerca à distância desconhece as práticas ordinárias cotidianas. É na motricidade, no corpo-a-corpo entre pessoas e objetos, que a cidade significa, demarca, hierarquiza, descortina-se como habitat onde a vida pulula e ganha sentido. Na gramática do deslocamento os espaços são preenchidos pelas percepções advindas destas experiências, através da qual a cidade se espessa.

A clássica lição antropológica, tornar exótico o familiar e familiar o exótico, ganhou contorno *suis generis* em nosso trabalho. Se o olhar “estrangeiro” (ainda que para Geertz⁹, hoje, somos todos nativos) é fundamental para uma descrição densa, o fato de os diversos investigadores terem origem em diferentes pontos do Brasil e viverem

tempos distintos em Florianópolis, gerou uma plêiade de visadas. Assim, estranhar, treinar o olhar estrangeiro e tornar estrangeiro o olhar nativo constituiu metodologicamente o processo investigativo.

O estranhamento de tal (ou tais) perspectiva(s) irrompe no processo polifônico (policrítico) da construção do texto. Olhar, ouvir, escrever: trabalho do antropólogo¹⁴. Polifonia: multiplicidade de vozes e narrativas. Polifonia de pesquisadores, polifonia da cidade, incomensurabilidade dialógica. Considerar as subjetividades (de pesquisadores e cidadãos) como partes constitutivas do processo investigativo – isso é, a polifonia – foi um desafio. Muitas vozes, um só texto. Um só texto, muitos sentidos.

Em Florianópolis⁴, o espaço de investigação, que passamos a denominar “triângulo nervoso”, é o que se espreme entre a Avenida Rubens de Arruda Ramos (Beira Mar Norte), a Avenida Paulo Fontes (Beira Mar Sul) e a Avenida Mauro Ramos (figura 1). Neste triângulo imperfeito – imperfeição geométrica, geográfica, social, cultural – erige-se historicamente o centro da cidade da capital catarinense, com seus prédios públicos e as esferas de poder, a concentração do comércio e dos meios de transporte. Em um estado de nervos, a figura geométrica é *locus* de uma circulação inquieta e permanente.

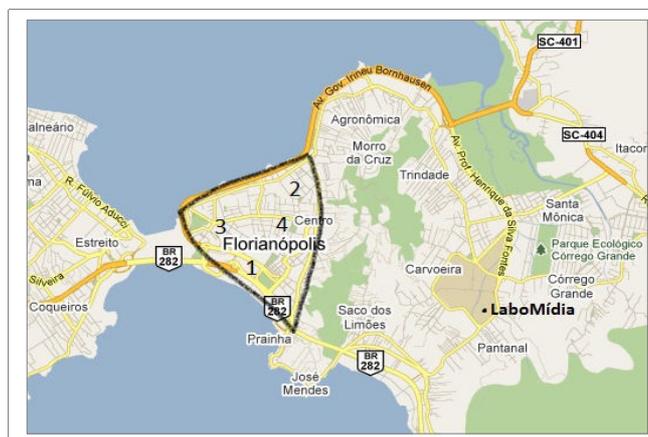


Figura 1 - Mapa do centro de Florianópolis/SC, com recorte do chamado “triângulo nervoso” da capital e bairros adjacentes. Em verde, próximo ao triângulo, o Maciço do Morro da Cruz. No quadrante direito, a localização do LaboMídia/UFSC. Fonte: Google Maps. Acesso 12 março 2013.

⁴ Embora Florianópolis tenha a maior parte do seu território na Ilha de Santa Catarina, seus limites geográficos ultrapassam as pontes e chegam até o continente. De acordo com o Censo Demográfico 2010 do IBGE¹⁵, vivem na capital catarinense cerca de 421.240 habitantes, ou 877.706 habitantes, se considerarmos o núcleo metropolitano que engloba nove municípios adjacentes.

Para que fosse possível cobrir um espaço tão amplo e diversificado, dividimos o triângulo em quatro partes, sempre tendo em mente dois aspectos: as vias principais de circulação e as modalidades de ocupação. Nesta perspectiva, nosso mapa apresentou as seguintes áreas:

- a. Área 1: Terminal Urbano: área de comércio predominante e de prédios públicos, corresponde a região central e mais tradicional da cidade. Com um fluxo estimado em 200.000 pessoas por dia, é a porta de entrada da cidade e o ponto sobre o qual a vida cidadina gira. É o lugar do mercado público, da Praça XV de Novembro e sua figueira centenária, do “calçadão”, de comerciantes e funcionários públicos; das mesas de dominó, cafês e camelôs.
- b. Área 2: Rua Bocaiúva/Avenida Beira Mar: espaço de residência das classes média e alta e ponto de comércio com lojas de grife, bares, cafês e hotéis de luxo. Considerada área nobre da cidade, conta com um centro de compras, Shopping Beiramar, e prédios de apartamento ocupados por uma parte da elite local.
- c. Área 3: Avenida Rio Branco (Parque da Luz – Mauro Ramos): Região onde predominam os profissionais liberais, com grande concentração de escritórios e consultórios e comércio variegado. É habitada pelas camadas médias e altas da população e comporta um fluxo de automóveis e pessoas que cortam o “triângulo”.
- d. Área 4: Avenidas Hercilio Luz e Mauro Ramos: Marcado pelas grandes escolas públicas e comércio simples e variado, faz fronteira com as comunidades do Maciço do Morro da Cruz, onde vive parte significativa das camadas de baixa renda da capital.

À evidência de que tal descrição não abarca a pluralidade de *habitués*, negócios e poderes, registramos que esta delimitação reside no imaginário da cidade e na percepção daqueles que vivem em Florianópolis. Isto é, nosso mapa, dispositivo metodológico, constelação flutuante – temporal, parcial –, não coincide com o território, espaço de sociabilidade. Não intentamos construir diagramas através de um sobrevoo, como vimos com Certeau¹⁶, mas reconhecer no tecido urbano as tramas de sentido que implicasse no agendamento da referida Copa.

Vale considerar que é por demais explícita a desigualdade econômica, social e cultural na cidade à medida que se deixa a Av. Beira Mar Norte e segue-se no sentido da Av. Mauro Ramos, até o seu entorno, ou ao terminal urbano. Tal delimitação espacial, no contexto desta pesquisa, tem importância ao revelar as distintas ocupações em termos de classe e *ethos* (portanto de *habitus*), e na medida em que poderiam sugerir modalidades distintas de viver a Copa do Mundo e projetar seu futuro no Brasil.

Bourdieu¹⁷, ao discutir a noção de espaço, vai sugerir uma homologia entre espaço geográfico e espaço social, recuperando certa perspectiva proposta por Simmel: “a distância é um modo simbólico de expressar as relações entre o eu e as coisas, os homens, as ideias e os interesses” (Simmel citado por Waizbort¹⁸, 2000, p.190). Toda a relação entre os homens consiste de elementos de aproximação e elementos de distância”. Deste modo, a organização espacial da cidade, que em nosso caso se orienta da Baía Norte em direção à Baía Sul e ao maciço do Morro da Cruz, perfaz um percurso que reconstrói no plano simbólico – cultural, social, político – o que o plano material – prédios, centros comerciais e automóveis – demarca como distinção⁵.

Por fim, do ponto de vista metodológico, seguimos o modelo hermenêutico desenvolvido por Geertz⁹, cuja proposta de descrição densa sugere que se deva interpretar as teias de significados (que nós mesmos tecemos) incorporadas em símbolos. Assim, *outdoors*, fachadas de prédios, camisetas, manifestações públicas, carros de som, vitrines de lojas, produzem um conjunto discursivo, ainda que disperso, cuja função prático-simbólica é carregada de significados que devem ser interpretados.

É deste conjunto fluido, disperso e “plurimidiático”, no circuito polimorfo da cidade, que recortamos nosso objeto de pesquisa. O problema do agendamento da Copa do Mundo da FIFA de 2014 no Brasil, assim, ganhar os contornos inesperados, estimulantes e excitantes para a curiosidade investigativa.

Em busca de mídias urbanas (um conceito para o objeto)

A cidade oferece suas ruas, avenidas, esquinas, becos, lojas, vitrines, praças, prédios; também gritos e murmúrios, dissonâncias, ruídos, silêncios, tráfego, trânsito,

⁵ Tais distinções, segundo Bourdieu²⁰, entram em operação, através do *habitus*, nos usos dos corpos e nos gostos pelas distintas práticas esportivas e seus modos de apropriação e gozo.

dores, alegrias, desilusão; a cidade se revela em passos lentos, apressados, solitários, na multidão; em pausas para o café, nas conversas prolongadas pela cerveja, na espera dos pontos de ônibus, nas filas de carro, nas telas dos celulares, nos encontros imprevisíveis, nos desencontros inevitáveis. A cidade se oferece ao pesquisador, mas suas vozes não estão no óbvio, não são aparentes. Falar da cidade parece algo impossível. Ela se impõe aos nossos sentidos, mas seus significados não são explícitos. A cidade espalha suas vozes como linhas em uma mão. Não basta olhar a mão pelo soco, ou olhá-la pela carícia. Como em *Zaira*, cidade-mulher de Calvino⁷, o urbano se apresenta em linhas sutis de lembranças, vínculos, estranhamento, identificação.

Ir a campo, adentrar a cidade, descobrir o que olhar, como olhar, treinar esses olhares que são lançados ao tecido social. Identificar, desvelar significados, nomear, encontrar conceitos, ressignificá-los, criar conceitos.

O “triângulo nervoso” da capital catarinense, já adjetivado na sua definição, pulsa freneticamente ao longo do dia: espaço de consumo, de passagem, de circulação, de trabalho, de lazer, de comunicação. O triângulo é nervoso em suas trocas – daquelas evidentes, materiais, àquelas que assumem formas simbólicas. Dentro do contexto de uma Copa do Mundo de Futebol, o desafio proposto era buscar, no urbano, as mídias que se inserem no social. Mídia, *media*, *medium*, meio. Meios para a comunicação. A cidade que é meio, que é mensagem, que não é mero substrato para a sociabilidade, mas sim construída por esta, pelas relações, pela comunicação, pelas trocas. Adentramos o campo à procura de “mídias sociais”, com toda a redundância e polissemia que a expressão possa ter. Redundância, pleonasma, não como vício, mas como figura de linguagem que reforça e expande o conceito, que o coloca em tensão, o desloca para aguçar o olhar.

Em junho de 2010, o início das idas ao campo excitou a discussão conceitual. Se a redundância não era um problema e buscava enfatizar o espaço onde as mídias seriam buscadas, a polissemia da expressão passou a ser uma preocupação. O termo “mídias sociais” se mostrava cada vez mais consolidado, coloquial e academicamente, para designar de forma genérica o conjunto de plataformas e ferramentas digitais de

comunicação, associadas à internet, que pressupõem uma grande participação popular⁶. Diante de um cenário crescente das conexões à rede, poderíamos sim encontrar tais mídias sociais ao caminhar pela cidade⁷ – e elas comporiam as vozes-mídias que buscávamos – mas o exercício de olhar era mais amplo, abrangente, diverso. Além de menos preciso.

Caminhar pelas ruas, observar, analisar, interpretar a realidade. O contato com a cidade nos levou a um caminho de problematização/reflexão. Mídias que são sociais, mídias imbricadas com a cidade, lançadas ao espaço público. Simbiose entre o cinza do concreto, o preto asfáltico, o verde-amarelo patriótico, o brilho das vitrines, o preto e branco de panfletos fotocopiados. Cores-adorno, cores-enfeite, cores-mercadoria, cores-poluição, cores-sem-cor. O som, o cheiro, o tato, a língua das cores. Sinestésias urbanas. Mídias sinestésicas. As vozes-cores das mídias se misturam às cores-vozes da cidade. A comunicação na cidade, as vozes da cidade. Mídias do urbano? Mídias no urbano. Mídias urbanas desenhadas nas linhas da mão-cidade.

Pelo triângulo nervoso

Durante cerca de um mês (além de incursões menos regulares antes e após a Copa), tal qual um *voyeur benjaminiano*, sete pesquisadores flanaram pelo centro de Florianópolis em busca de sinais do agendamento da Copa do Mundo de 2014 nas mídias urbanas que permeavam o tecido da cidade. O andar solitário de cada pesquisador foi tensionado com outros pontos de vista à medida que os diferentes diários de campo circulavam pela internet e que as diferentes impressões – maneiras como a cidade tocou a cada um – afluíam nas reuniões do grupo de pesquisa. Fotografias flagraram instantes do pulso da cidade: vitrines, fachadas, bandeiras, prédios, varandas, esquinas, bares, mercados, *outdoors*, propagandas em postes, ambulantes nas ruas. Durante o caminhar, as mãos eram estendidas para apanhar panfletos, jornais, informes: novos televisores que transportam para casa os estádios da

⁶ Dentro as ferramentas da internet denominadas como “mídias sociais” estão os *blogs*, as redes de relacionamento como *Orkut* e *Facebook*, o serviço de *microblog* *Twitter*, o sítio de vídeos *Youtube*, a *Wikipedia*, etc.

⁷ André Lemos¹⁹ utiliza o termo mídias locativas para designar a relação entre lugares (no sentido de localidade) e dispositivos móveis digitais

Copa, goleadas de ofertas, presentes para as namoradas entrarem na torcida, panfletos de protesto pela tarifa do transporte público, casas de massagem, pedidos de ajuda, prêmios para a “torcida 10”... Um triângulo nervoso de gestos, pessoas, vozes, moda, corpos, ruídos, barulhos, ressonâncias, dissonâncias, ausências.

A Copa do Mundo de Futebol, a da África do Sul, adentrou pelo campo da pesquisa à medida que a estreia da Copa do Brasil (15 de junho de 2010, jogo contra a Coreia do Norte) se aproximava. Aos poucos, as barracas de comércio ilegal – repletas de bandeiras, cornetas (já popularizadas nas ruas como vuvuzelas), chapéus, gorros e todo tipo de apetrecho verde-amarelo – foram montadas nas proximidades do mercado público. Enquanto as pessoas exibiam timidamente as cores nacionais em seu vestuário, outros corpos, os dos manequins, tentavam colar a moda à ocasião: em suas vitrines, imóveis, ostentavam a temática canarinho. No Beiramar Shopping, poucas vitrines tematizaram diretamente a Copa. Em algumas lojas a alusão à Copa se limitava à predominância das cores verde e amarelo. Lojas de departamentos vendiam cornetas, camisetas, bandeiras, DVDs das Copas da FIFA. As lojas de telefonia móvel concentraram um grande volume de publicidade sobre o evento esportivo.

Fora do horário dos jogos da Copa, como que por regra ou imposição, lojas de eletrodomésticos exibiam repetidamente – em suas paredes formadas por televisores à venda – dribles, passes, faltas e gols de competições passadas. Mas nos horários dos jogos da Copa – quando não era a seleção brasileira a jogar – as vitrines se metamorfoseavam. Diante das janelas de vidro, os passantes paravam. Vendedores torciam. Estranhos comentavam e discutiam uns com os outros. Aqueles que não conheciam as cores dos uniformes daquelas “estranhas seleções” em campo perguntavam interessados pelo placar. Em balcões de lanchonete, enquanto todos queriam acompanhar “apenas mais um lance”, o horário do café era prolongado. No camelódromo municipal, uma profusão de celulares com a função de televisão – em sua maioria chineses – era anunciada como a solução para assistir aos jogos da Copa durante o horário de trabalho. Atrás dos balcões das lojas, os jogos eram acompanhados nas telas dos computadores em transmissões online.

Diferentes locais do centro, como bancas de jornal, bancos do calçadão comercial (Rua Felipe Schmidt) e mesas de tabuleiro da Praça XV de Novembro (Praça da Figueira) – antes ocupadas principalmente pelo carteados e dominó – foram

transformados em pontos de troca de figurinhas do Álbum da Copa. Nos momentos observados, predominavam adultos nas permutas. Os corriqueiros vendedores ambulantes de cartões telefônicos e vale-transporte agregaram as figurinhas ao seu leque de produtos. No camelódromo municipal, jogos eletrônicos com temática da Copa eram mantidos em destaque. Um dos boxes de jogos mantinha um som de torcida constante. Como promoção, o consumidor que comprasse dois jogos eletrônicos tinha o direito de cobrar pênaltis no videogame para concorrer a um terceiro título gratuito, o que garantia a vibração de quem estivesse nos arredores.

Em dias de jogos da seleção brasileira na Copa, o triângulo, já nervoso, esquentava seus ânimos. Mas esse calor, ampliado pelas cornetas, camisas em verde-amarelo, gritos, conversas e embates sobre diferentes aspectos do jogo – o que tornava os ares da região central plenos de ansiedade e euforia – não durava até o princípio da partida. A proximidade do horário do apito inicial determinava o fechamento do comércio, dos serviços, dos órgãos públicos, das escolas. Cerradas as portas, iniciava-se, de todos os cantos do triângulo, um autêntico arrastão de pessoas em direção ao terminal de ônibus do centro, aos pontos de ônibus mais próximos, aos estacionamentos de carros. Em poucas dezenas de minutos, as ruas estavam quase desertas e as vozes silenciadas. Nem mesmo o Mercado Público, tradicional ponto de encontro da cidade, resistiu à lógica de esvaziamento. Apesar de uma TV de grandes dimensões ter sido posicionada no centro do mercado, não houve, durante os jogos, mobilização significativa ao se considerar o número inexpressivo de pessoas que ocupavam o espaço.

Ao mesmo tempo em que o centro da cidade se esvaziava, as filas dos supermercados se proliferavam em busca de bebidas e petiscos. Pelas ruas mais residenciais do triângulo, sons de conversa animada, de gritos e de cornetas ecoavam das janelas e varandas de prédios e casas. A impressão é de que as pessoas formaram grupos pautados em laços familiares e de amizade para assistir aos jogos. Assim, a mobilização predominante para a Copa não aconteceu nos espaços públicos, mas sim nos privados. Como em Ercília, cidade invisível de Calvino, diante da mobilização de um jogo da seleção brasileira de futebol em uma Copa do Mundo, nós, viajantes pesquisadores, nos deparamos com ruínas abandonadas. Ao ir embora, os habitantes

deixavam, além dos papéis de publicidade pelo chão, apenas as teias de aranha das suas relações.

Vozes das ausências (as sutilezas do agendamento)

Durante o tempo em que estivemos no triângulo, a cidade não foi muda. E mesmo em seus momentos de silêncio, como todo silêncio, teve muito o que dizer. As mídias urbanas – parte da polifonia da cidade, mas também seu elemento constituinte – estiveram diante de olhares que tentaram se ater aos detalhes, sutilezas, vozes, mensagens, letras, cores. A Copa esteve na cidade. Talvez com menos envolvimento e paixão do que esperávamos, mas se fez presente. Porém, o evento que encontramos não era o que procurávamos. Nas mídias urbanas, a Copa era no agora; e nossa busca, pela construção de expectativas para um amanhã.

Em apenas dois momentos pudemos perceber explicitamente a Copa de 2014, especificamente na publicidade. O primeiro deles envolvia uma ação da empresa de telefonia móvel “Tim” que anunciou que, caso a seleção brasileira fosse a campeã da Copa do Mundo de 2010, ampliaria o benefício de um dos seus planos promocionais até julho de 2014, data da Copa do Mundo FIFA no Brasil. Ora, apesar da publicidade se referir à próxima Copa, a ênfase não estava no evento seguinte, mas na perspectiva de vitória na competição atual. Diante de tal imediatismo, o agendamento aparece como uma estratégia (nada) sutil de fidelização do cliente e ancoragem publicitária. De fato, o importante era o agora. Entretanto, apresentar – ou tornar presente – o futuro remete a este campo no qual o tempo se concentra e os objetos vêm à tona.

Já o segundo caso transportava a opinião pública para a Copa 2014. Em seu material publicitário, a empresa de eletrônicos Panasonic⁸ estampou a imagem do jovem jogador santista Neymar – pré-escalado por parte da imprensa e da opinião pública, mas ausente da convocação para a seleção brasileira de futebol da Copa 2010 – com uma camisa amarela de mangas azuis, cercado por crianças que compõem uma torcida e os dizeres “para a nova geração” e “preparando o futuro”. Nitidamente, a intenção do

⁸ As velhas publicidades que prometiam “garantia estendida” de uma Copa a outra desapareceram. Hoje, a garantia tornou-se mais uma mercadoria, uma vez que é preciso pagar para se ter, nos objetos eletrônicos, um prazo maior do que um ano. A garantia transformou-se em seguro. Assim, não serviu mais como modo de agendar ou, ao menos, conectar um evento à outro.

comercial era associar os produtos da marca, que, no contexto das tecnologias, são mais valorizados à medida que se aproximam de uma imagem de futuro, com a imagem do jogador Neymar, que anuncia no imaginário coletivo a renovação, o reencontro com o talento, a juventude, a vitória.

Não pudemos encontrar nos espaços sociais delimitados em nosso mapa as distinções que a cidade trama quando de sua configuração prático-simbólica. Tanto os contornos do maciço do Morro da Cruz, como os prédios e praças da elite ilhoa, tampouco o comércio variegado ou os prédios e repartições públicas, ou mesmo as vitrines, outdoors, camisetas, carros de som anunciaram no presente o futuro. A agenda da cidade pouco revelou dos dias de 2014.

Mas encontramos, como que no subsolo das organizações sociais, um pouco também do satírico, do cômico que se faz crítico. Encontramos o palhaço. Grafitada sobre um fundo verde e amarelo, cravada em negro na parede chapiscada de uma pequena loja do centro da cidade, na esquina entre as ruas Felipe Schmidt e Álvaro de Carvalho, a face irônica subscrevia: “No Brasil palhaço é o povo”. No seio do circuito discursivo, a cidade produz estas vozes discordantes, dissonantes, corrosivas. No grafite, na contramão da Copa (e do mundo?), teias se entrelaçam, confundem, dispersam, ironizam.



Figura 2 - Grafite: “No Brasil palhaço é o povo”.

Diante da hipótese de um agendamento esportivo na urbe, a quase inexistência de vozes que evidenciassem a questão trouxe, a princípio, dilemas metodológicos. Em uma proposta pautada na polifonia, na polissemia, é um desafio descrever, refletir,

analisar, explicar as ausências para, a partir delas, buscar novas, outras redes de significação. Como as cidades de Calvino⁷ – e talvez aqui faça sentido a nossa insistência em retomá-las – a nossa cidade, que parecia tão visível e delimitada, estava repleta de pontos cegos, invisíveis, inexistentes. É hora de imaginar os próximos caminhos.

Entre ditos e dispersões: notas finais

Preliminarmente, trabalhamos com o fato de que, a despeito dos “ditos esforços de empresários e do poder público”, Florianópolis foi preterida na escolha das cidades sedes das disputas da Copa no Brasil. Tal acontecimento pode ter repercussões na ordem do agendamento, no qual uma investigação rigorosa pode ajudar a elucidar, uma vez que estão em aberto, na fissura do “trauma”, os modos de articulação da cidade ao evento, cujo nuance pode variar da adesão inconsistente à negação através do silenciar. O contraponto a essa hipótese vem dos relatos vindos de diferentes partes do país que evidenciam uma grande mobilização popular em outras capitais que também não serão sede da próxima Copa do Mundo, caso da nordestina Aracaju - SE⁹.

Outra fresta que adentramos parte da constatação de que o espaço social, diante dos espaços de sociabilidade abertos pelas tecnologias digitais, não mais coincide com o espaço físico. Nas *sociedades complexas*²¹, onde os espaços de sociabilidade são multiplicados, as tecnologias comunicacionais, em especial a internet, também se constituem em espaço público. Com a rápida ampliação de redes móveis, os espaços sociais da internet cada vez mais coincidem, se imbricam, sobrepõem e são sobrepostos pelo lugar, pelo local. A Copa de 2010 teve como uma de suas marcas a grande utilização das tecnologias digitais, desde formatos convencionais, como a transmissão online das partidas no padrão televisivo, até a participação dos espectadores em blogs, fóruns, redes sociais. Novas estratégias de publicidade foram utilizadas na internet. Narrativas que fizeram uso de diferentes linguagens foram construídas a partir do evento esportivo e entrecruzaram realidade e imaginação, jogos históricos e cotidiano, passado, presente e futuro. Um dos exemplos foi a repercussão mundial do

⁹ Tais impressões foram compartilhadas pelos integrantes do núcleo do LaboMídia/UFS, sediado em São Cristóvão – SE.

“Calabocagalvão” no *Twitter* e as diferentes vozes e narrativas que surgiram desse movimento na rede. O agendamento da Copa 2014, incipiente no espaço físico, não poderia ter adentrado por outros nuances (digitais) do espaço público?

Estamos diante da *Ipásia* de Calvino⁷. Os símbolos que encontramos em Florianópolis formam uma língua, mas não aquela que imaginávamos conhecer. Para entender o desconhecido, apontar as ausências, é preciso contar minuciosamente o que vimos – o imediatismo da Copa de 2010 nas mídias urbanas – mas também nos libertar das imagens que até aqui anunciaram as coisas (vozes) que procurávamos e que não nos satisfizeram. Afinal, não existe linguagem – e pesquisas – sem esse tipo de dispersão no qual o dito se perde, aquele mesmo dito que deveríamos registrar.

Referências

- (1) Bourdieu P. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1997.
- (2) Pires GL. (org.). O Brasil na Copa, a Copa no Brasil : registros de agendamento para 2014 na cobertura da midiática da Copa da África do Sul. Florianópolis: Tribo da Ilha; 2011.
- (3) Traquina N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Ed. Unisinos; 2001.
- (4) Sassoon J. Métodos qualitativos na pesquisa sobre a comunicação. In: Melucci A (org.). Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura. Petrópolis: Vozes, p.189-213, 2005.
- (5) Mezzaroba C. Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares. [Dissertação Mestrado em Educação Física]. Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina; 2008.
- (6) Fausto Neto A. O agendamento no esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. Verso & Reverso. 2002 Jan; 34: 9-17.
- (7) Calvino I. As cidades invisíveis. São Paulo: Companhia das Letras; 1990.
- (8) Simmel G. A metrópole e a vida mental. In: Velho OG. (org). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1967.
- (9) Geertz C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Guanabara; 1989.
- (10) Mauss M. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. São Paulo: EPU; 2007.
- (11) Canevacci M. A cidade polifônica: um ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel; 1997.

- (12) Canevacci M. Fetichismos visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê Editorial; 2008.
- (13) Certeau M. A invenção do cotidiano – Vol 1: Artes de Fazer. Petrópolis: Vozes; 1994.
- (14) Cardoso de Oliveira R. O trabalho do antropólogo. Brasília/ São Paulo: Paralelo Quinze/Editora da Unesp; 1998.
- (15) Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [Homepage na internet]. IBGE Cidades@. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?codmun=420540>. Acesso em 29 abril 2013.
- (16) Certeau M. A invenção do cotidiano – Vol 2: Morar, Cozinhar. Petrópolis: Vozes; 1996.
- (17) Bourdieu P. A miséria do mundo. Petrópolis: Vozes; 1997.
- (18) Waizbort L. As aventuras de Georg Simmel. São Paulo/USP: Ed. 34; 2000.
- (19) Lemos A. Você está aqui! Mídia locativa e teorias “Materialidades da comunicação e “Ator-Rede”. Comunicação & Sociedade, 2011 Jan, 32: 5-29, Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/2221/2309>. Acesso em: 28 Apr. 2011.
- (20) Bourdieu P. Como é possível ser esportivo? In: Bourdieu P. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero; 1983.
- (21) Velho G. Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor; 1994.