



**POLIFONIA E MÍDIAS URBANAS: O AGENDAMENTO DA COPA DE 2014 NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS<sup>1</sup>**

Fernando Gonçalves Bitencourt  
Rogério Santos Pereira  
Iracema Munarim  
André Marsiglia Quaranta  
Eliton Seára  
Victor Abreu Azevedo

**RESUMO**

*Esta pesquisa objetivou investigar os modos de agendamento para a Copa do Mundo 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 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 está em análise, mas aponta para um “não agendamento”, haja vista a “mudez” da urbe sobre a temática.*

**Palavras Chave:** Agendamento – mídia – Copa do Mundo – cidade

**POLYPHONY AND URBAN MEDIA: THE SCHEDULING OF THE 2014 WORLD CUP IN FLORIANÓPOLIS CITY**

**ABSTRACT**

*This research intended to investigate the ways of scheduling for the World Cup of 2014, that will happen in Brazil, from an ethnography of the Florianópolis City – SC. The search field, called “Nervous Triangle” had as space limit the downtown area and for the temporal limit the period time of the World Cup of South Africa (2010). When considering the hypothesis that this World Cup could be a lever for publicizing the World Cup in Brazil, we took as object the “urban media” (outdoors, shop windows, pamphlets, etc.) besides the speeches townspeople. This polyphony is under consideration, but points to a “no scheduling”, because the “silence” of the urbe about the topic.*

**Key-words:** Scheduling; Media; World Cup; City.

<sup>1</sup> Este trabalho, parte de uma pesquisa mais ampla sobre o agendamento midiático da Copa do Mundo de Futebol de 2014, tem o apoio financeiro da Rede Cedex.



## POLIFONÍA Y MEDIAS URBANAS: EL AGENDAMIENTO DE LA COPA DE 2014 EN LA CIUDAD DE FLORIANÓPOLIS

### RESUMEN

*Esta investigación objetivo investigar los modos de agendamiento para la Copa del Mundo de 2014, a realizarse en Brasil, a partir de una etnografía en la ciudad de Florianópolis – SC: El campo, denominado “Triángulo Nervioso”, tuvo como límite espacial el centro de la ciudad y temporal el período de realización de la Copa del Mundo Sudáfrica (2010). Al considerarse la hipótesis de que la referida Copa podría servir de palanca para publicitar la Copa en Brasil, tomamos como objeto las “medias urbanas” (outdoors, vidrieras, panfletos, etc.) además de los diversos discursos ciudadanos. Tal polifonía está en análisis, pero apunta para un “no agendamiento”, haya vista la “mudez” de la urbe sobre la temática.*

**Palabras-Clave:** Agendamiento – media – Copa del Mundo – ciudad

### Introdução: As Cidades de Calvino

No pequeno livro “As Cidades Invisíveis”, Italo Calvino (1990) 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 (CALVINO, 1990, p.59), “jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve”, 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 (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” (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” (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. Simmel (1967) já nos ensinou que um fato sociológico (ou antropológico) não precisa ter existência concreta, a sua possibilidade já é suficiente para sugerir uma investigação. Espero, no andamento das ideias, apresentar os mundos possíveis de Calvino: cidades possíveis que nos remetem aos nossos mundos vividos. Inspirados em Calvino, nos propomos 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.

## **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 Simmel (1967) [a Berlin 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 Mauss (2007 [1925]) 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 Canevacci (1997): 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 antropômicas. 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 refere-se ao processo comunicacional da/na cidade polifônica. Como se comunica a cidade consigo 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.

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 de África do Sul (2010) poderia servir de alavanca para a publicização da Copa no Brasil (2014), como modo de agendamento, pretende-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.



## Percursos

Para realizarmos nossa pesquisa desde 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 o espaço delimitado de investigação.

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 Geertz (1989), 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 irrompe no processo polifônico (policrítico) da construção do texto. Olhar, ouvir, escrever: trabalho do antropólogo (CARDOSO DE OLIVEIRA, 1998). 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 Florianópolis, 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 etc. Em um estado de nervos, a figura geométrica é *locus* de uma circulação inquieta e permanente.

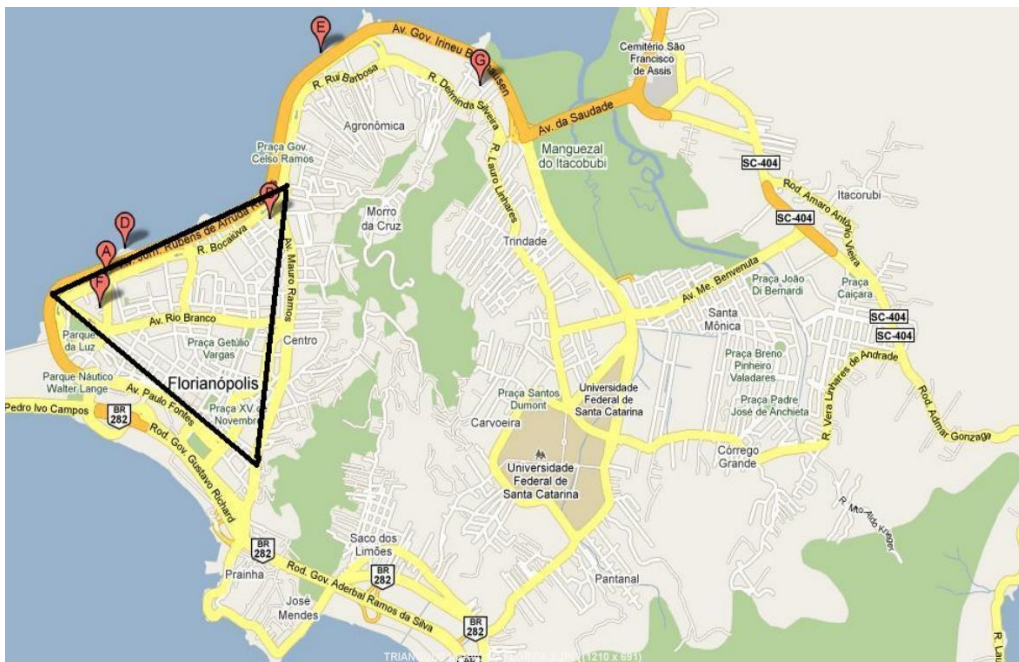


Figura 1 - Mapa do centro de Florianópolis/SC, com recorte do chamado “triângulo nervoso” da capital.

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 vicinais de circulação e as modalidades de ocupação. Nesta perspectiva nosso mapa apresentou as seguintes áreas:

- 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, do “calçadão”, de comerciantes e funcionários públicos...
- Área 2: Bocaiúva/Beira Mar: espaço de residência das classes média e alta e ponto de comércio com lojas de grife, bares, cafés e hotéis de luxo. Considerada área nobre da cidade, conta com um centro de compras, Shopping Beira Mar, e prédios de apartamento ocupados por uma parte da elite local.
- Área 3: 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: Avenida Hercílio Luz e Mauro Ramos: Marcado pelas grandes escolas 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, registre-se 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.

Ademais, é 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.

Por fim, do ponto de vista metodológico, seguimos o modelo hermenêutico desenvolvido por Geertz (1989), 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.

Foi neste conjunto fluido, disperso e “plurimidiático”, no circuito polimorfo da cidade, que o problema do agendamento da Copa de 2014 no Brasil pôde ganhar contornos inesperados, estimulando e excitando nossa curiosidade, incitando-nos a realização deste recorte de pesquisa.

### **Em busca de Mídias Urbanas**

A cidade oferece suas ruas, avenidas, esquinas, becos, lojas, vitrines, praças, prédios; também gritos e murmúrios, dissonâncias, ruídos, silêncios, tráfego, tráfico, 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 Calvino, 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 do 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 popular<sup>2</sup>. Diante de um cenário crescente das conexões à rede, poderíamos sim encontrar tais mídias sociais ao caminhar pela cidade<sup>3</sup> – 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-efeite, cores-mercadoria, cores-poliuição, 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*, nove 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 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 Brasil (15 de junho de 2010, 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

2 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 site de vídeos Youtube, a wikipedia, etc.

3 André Lemos (2010) utiliza o termo mídias locativas para designar a relação entre lugares (no sentido de localidade) e dispositivos móveis digitais





dos manequins, tentavam colar a moda à ocasião. Imóveis em suas vitrines, ostentavam a temática canarinho. No Beira Mar 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 daqueles 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 carteadado 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 apenas dois momentos a Copa de 2014 surgiu 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 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, não é possível pensarmos em um agendamento. Já o segundo caso transportava a opinião pública para a Copa 2014. Em seu material publicitário, a empresa de eletrônicos Panasonic 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 comercial era associar os produtos da marca, que, no contexto das tecnologias, são mais valorizados à medida em 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.

Em dias de jogos da seleção brasileira na Copa, o triângulo, já nervoso, esquentava seus ânimos. Mas esse calor, ampliado pelas cornetas, camisetas 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



## IMPLICAÇÕES NA/DA EDUCAÇÃO FÍSICA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

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 32' ter sido posicionada no centro do mercado, não houve, durante os jogos, mobilização significativa diante de um 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**

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.

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 Calvino – 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.

Preliminarmente, estamos trabalhando 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- SE.

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, onde os espaços de sociabilidade são multiplicados, a internet também faz parte do 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, futuro. Um dos exemplos foi a repercussão mundial do “Calabocagalvão” no Twitter e as diferentes vozes e narrativas que surgiram desse movimento na rede. O agendamento da Copa 2014, insipiente no espaço físico, não poderia ter adentrado por outros nuances (digitais) do espaço público?

Estamos diante da Ipásia de Calvino. 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 enganos.

## REFERÊNCIAS

CALVINO, Italo. As cidades invisíveis. Tradução: Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CANEVACCI, Massimo. A cidade polifônica: um ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O Trabalho do Antropólogo. Brasília/ São Paulo: Paralelo Quinze/Editora da Unesp, 1998.

GEERTZ, C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

LE MOS, A. Você está aqui! Mídia locativa e teorias “Materialidades da Comunicação e “Ator-Rede”. Comunicação & Sociedade, Brasil, 32, jan. 2011. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/2221/2309>>. Acesso em: 28 Apr. 2011.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. São Paulo: EPU, 2007 [1925].

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (org). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1967.

Labomídia  
Centro de Desportos/UFSC





Campus Universitário  
Florianópolis, SC – Brasil  
CEP 88010-970

[rogeriosantosp@gmail.com](mailto:rogeriosantosp@gmail.com)

Equipamento necessário: datashow