IMAGINÁRIO DE PORTO ALEGRE EM TEMPOS DE COPA DO MUNDO[1]

GT15: Comunicação e Cidade

Andressa dos Santos Pesce[2]

Resumo

Neste artigo, investiga-se os megaeventos esportivos nos espaços urbanos sob a perspectiva do imaginário, na medida em que eles despertam o desejo por uma cidade sonhada. Discute-se de que forma a mídia participa do processo de disseminação de imaginários urbanos. A partir de uma breve análise empírica da mídia local, aponta-se para um imaginário singular de Porto Alegre a partir da chegada da Copa do Mundo de 2014. Os megaeventos esportivos constituem-se como uma temática importante no planejamento de cidades que buscam notoriedade internacional. Portanto, também devem ser pensados em sua íntima relação com a mídia. Nota-se a visibilidade midiática das cidades brasileiras que sediarão eventos esportivos como a Copa e os Jogos Olímpicos de 2016[3]. A mídia atualmente é coadjuvante na realização de um megaevento.

Palavras-chave: Imaginário; Porto Alegre; Copa do Mundo.

---

[1]Artigo para avaliação no XII Congresso da Associação Latinoamericana de Investigadores da Comunicação (ALAIC), a ser realizado em Lima, em agosto de 2014. Este presente trabalho deve ser avaliado pelo Grupo de Trabalho (GT) 15: Comunicação e Cidade.

[2]Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade dos Meios de Comunicação Social (Famecos) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, Brasil. E-mail: adepesce@hotmail.com.

[3]Eventos únicos no gênero esportivo, os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de Futebol são considerados um monopólio de responsabilidade de duas organizações esportivas: o Comitê Olímpico Internacional (COI) e a Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA).

Introdução

Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, ao Sul do país, é uma das doze cidades que sediarão a Copa do Mundo de 2014. Uma série de obras já começou a partir de sua escolha como sede: remoções de vilas, mudanças no trânsito, reformas de estádios. Questões como o metrô e a construção de arenas esportivas se tornam centrais para a renovação urbana. Neste ensaio, busca-se discutir a possibilidade latente de formação de um novo imaginário sobre a cidade de Porto Alegre a partir dessa reformulação urbana representada na mídia.

Iniciamos a discussão partindo da complexidade do termo *imaginário*, para então observar a participação da mídia na disseminação de representações (que formam imaginários). É preciso ainda entender as significações da cidade ao longo do tempo, a fim de discutir o papel dos megaeventos esportivos na contemporaneidade para na construção (física e simbólica) do espaço urbano. É a dimensão simbólica de megaeventos esportivos para as cidades que ganham o *status* de sede que buscamos ressaltar. Como tarefa final para este artigo, propõe-se apontar para uma configuração do imaginário específica da capital gaúcha nos meios de comunicação.

A mídia e o imaginário

O sociólogo francês Michel Maffesoli é um dos pensadores que podem nos dar pistas sobre o que é o *imaginário* e como ele se constitui. O autor dedicou grande parte de sua obra para esclarecer essa noção. Silva (2003) observa que Maffesoli trouxe a questão para um campo semântico mais geral, compatível com os múltiplos sentidos atribuídos ao termo. Em seu conjunto de obras, ele esclarece que o imaginário é uma aura, uma energia, uma atmosfera que se pode sentir,

mas não se vê. O sociólogo acrescenta que o imaginário só é possível dentro de uma coletividade: é sempre grupal/tribal:

> O imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual (2001, p.76).

Levantando discussões já feitas entre os principais pensadores do tema, Silva (2003) recorre a Maffesoli, Lacan, Durand e Debord, entre outros, para estabelecer um conceito próprio de imaginário. O autor afirma que, atualmente, na era da aceleração tecnológica, são as tecnologias do imaginário que disseminam os imaginários. Ele define as tecnologias do imaginário como dispositivos que operam na produção de mitos, ditam visões de mundo e estilos de vida. Utilizando conceitos já formulados, o autor reflete sobre a função dessas tecnologias: "estabelecem 'laço social' (Maffesoli) e impõem-se como o principal mecanismo de produção simbólica da 'sociedade do espetáculo[4]' (Debord)" (2003, p.21).

Um dos coadjuvantes que participam dessa sociedade do espetáculo é a mídia: a informação vira entretenimento; a notícia, espetáculo. Silva (2003) esclarece que a mídia (compreendida enquanto informação, arte e entretenimento) reúne todas as características das tecnologias do imaginário. O autor chama a atenção para a mudança na relação entre emissores e receptores, hoje baseada na interação, na adesão e no transitório. No lugar da manipulação, a sedução; em vez de persuasão, a construção de imaginários (SILVA, 2003).

[4]A noção de "sociedade do espetáculo" foi cunhada por Debord (2000). Segundo o autor, a partir da modernidade, a vida das sociedades se anuncia como uma acumulação de espetáculos, com o aparato dos meios de comunicação.

Todo imaginário é uma fabulação coletiva e apropriação/distorção individual. Aqui talvez esteja o principal desafio do pesquisador que se lança ao estudo de imaginários: é preciso mostrar a presença do concreto no imaginário, e do imaginário no concreto, revelar a naturalização da cultura: “as sociedades produzem representações e passam a acreditar nelas como se fossem naturais” (SILVA, 2003, p.86).

As questões que envolvem o uso da técnica jornalística também são exploradas pelo autor. Ele discute as noções de exatidão e de verdade na atividade. E ressalta: o jornalismo nunca alcançará a verdade, somente a exatidão; não produz verdade, utiliza técnicas:

> [...] a verdade que se enuncia, o que sobrevém, o que emerge, é o fato de que a técnica jornalística espetaculariza o acontecimento, levando ao não-acontecimento. O jornalismo espetacular forja o seu destinatário, cria o seu receptor e programa o seu jornalista. Instala-se, de ponta a ponta, um

Levantadas algumas questões acerca da participação da mídia na construção de imaginários, passamos à discussão da formação de imaginários urbanos, e como estes se reproduzem na mídia a partir da espetacularização do real.

A cidade e o imaginário

O discurso jornalístico apresenta a cidade a partir de sua perspectiva, com imagens e narrativas que contribuem para reforçar determinado imaginário urbano. Ao estudar o imaginário de cidades como Paris, Rio de Janeiro e Porto Alegre, a historiadora Sandra Pesavento reforça as questões que viemos

discutindo. Ela concorda que o imaginário é muito bem explorado pela mídia, que aposta nas suas facetas de sedução, fantasia, irracional. Segundo a historiadora, o surgimento da cidade moderna colocou em cena toda uma série de novas representações, mobilizando imaginários coletivos sobre estes espaços.

Silva (2003) também propõe esse exercício de pensar o imaginário de um lugar, em uma época determinada, para sua melhor compreensão. Ele reconhece que são caricaturas, generalizações, mas essas narrativas contam sobre o vivido por certos grupos, de acordo com as tecnologias dominantes de uma época:

> os imaginários dos séculos XVII e XVIII foram dramáticos e dramatúrgicos, assim como o da Grécia antiga tinha sido trágico ou tragicômico. O imaginário do século XIX foi romanesco (um grande folhetim); o do século XX, cinematográfico (depois de ter sido radiofônico); mas, no final do século XX, o imaginário tornou-se teledramatúrgico (antes de mergulhar no ciberespaço) (2003, p.78).

Se o imaginário é cimento é porque, na concepção de Maffesoli, ele concretiza a realidade: não está descolado dela. Com o exemplo do imaginário de Paris, o autor afirma que não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens: “o imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens (MAFFESOLI, 2001, p.76).

Caberá nos determos na discussão do imaginário da Grécia Antiga e de Paris. O que essas regiões têm em comum com nosso objeto de pesquisa, que é Porto Alegre? Grécia e Paris foram selecionados em nosso artigo a fim de compreender

os imaginários que circularam em diferentes lugares, em momentos históricos específicos. Para isso, a importância do pensamento analógico. A proposta aqui é perceber essa vida cíclica, esse tempo *einstenizado*, de que fala o sociólogo Maffesoli: “o vínculo analógico permite esta leitura transversal, que nos faz compreender nosso tempo com a ajuda de fatos e gestos das sociedades passadas (1985, p.147).

Percorrendo um caminho historicamente regressivo, voltamos ao nascimento das cidades e suas principais significações construídas ao longo do tempo.

Poli, cidade moderna e cidade pós-moderna

O nascimento da cidade se baseia em uma estrutura narrativa que nos chega como representação da criação do homem. O erguimento da Torre de Babel, por Caim, marca a edificação da primeira cidade, segundo a narrativa do Gênesis. Conforme sustenta Pesavento (1999), ao abordar a cidade-mito das origens, as ambiguidades e as contradições estão presentes na formação do discurso sobre a cidade. Ela poderia expressar tanto o domínio do homem sobre a natureza como também o conflito e a ambição.

As narrativas sobre a cidade contam a história desse espaço enquanto obra coletiva, possuidora do mítico e do sagrado. Na Grécia Antiga, as *polis* carregam forte simbolismo acerca da tradição grega na política, na religião e nos esportes (GODOY, 1996). Uma delas, Olímpia, possuía localização geográfica privilegiada e um monte de veneração a Zeus. Além do caráter religioso, Olímpia tornou-se sede permanente das Olimpíadas. Se trazemos esse exemplo, é para evidenciar dois aspectos. O primeiro é a relação da *polis* com um evento esportivo. As Olimpíadas trouxeram um novo significado a Olímpia, que se tornou um lugar sagrado. O segundo ponto que buscamos destacar é que, já na Grécia Antiga, as

cidades eram modificadas para receber tais eventos. Os gregos investiram em reformas e modificações em Olímpia no período que antecedia a realização das Olimpíadas, como a construção de monumentos, estádios, hipódromo e esculturas (GODOY, 1996). O exemplo de Olímpia nos faz refletir sobre a forte dimensão simbólica de um evento como as Olimpíadas, que até hoje permeia o imaginário da Grécia.

Somadas a essas caracterizações que acompanham o espaço urbano desde seu nascimento, forjam-se novas representações que configuram a cidade moderna e a pós-moderna, contemporânea. A modernidade é um estilo de vida ou uma organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII (GIDDENS, 1991). O período coincide com a emergência do capitalismo enquanto modo de produção dominante. No cenário urbano, o processo de industrialização mundial impulsionou a saída da população rural para as cidades.

No século XIX, Paris serve como referência para o processo de emergência de formas culturais modernas, tornando-se a metáfora e a metonímia da modernidade. A metrópole europeia foi inspiração para a modernização das cidades latino-americanas. No Brasil, ao estabelecer comparativos entre as cidades do país com Paris, a elite, os governos e os intelectuais estavam atentos às condições que afastavam o Brasil do modelo ideal de metrópole. Assim, eles traçaram as analogias possíveis que permitiriam o ingresso na modernidade urbana.

A transferência da corte portuguesa para o Rio em 1808 merece destaque na vida urbana brasileira. O Rio se transformou na porta de entrada às novas ideias advindas com a emergência da modernidade e, com isso, precisava ser o cartão de visitas do país. Na época da República, dizer a cidade do Rio converteu-se numa forma de dizer o Brasil. Portanto, construir uma nova identidade urbana do

Rio significaria encontrar uma das facetas da realização da identidade nacional. De acordo com Pesavento (1999), a mudança consistia na transformação da cidade real (a cidade colonial, perigosa e suja, caótica, considerada ultrapassada pelas elites), em uma urbe higiênica e ordenada (a cidade do desejo). No pensamento elitista, essas mudanças estéticas da cidade acabariam se estendendo à cultura brasileira, pois solidificariam um padrão cultural condizente com a identidade sonhada.

A transformação da cidade ocorreu a partir de um projeto político de ações urbanísticas promovidas pelo prefeito do Rio, Pereira Passos, entre os anos de 1902 a 1904. Na prática, a reforma incluiu a demolição de morros, a abertura de túneis, a criação de uma linha de avenidas à beira-mar e a edificação de monumentais prédios. Ocorre um processo de higienização do centro da cidade. Pobres e mendigos foram afastados com o intuito de eliminar a pobreza visível.

Em Porto Alegre, no fim do século XIX, a elite política e cultural também mostrava o desejo de modernizar essa cidade a partir de ideias positivistas de progresso e da ordem burguesa. Porto Alegre, afirma Pesavento (1999), nasceu para a história tardiamente em relação ao conjunto do país. O principal desafio era construir a modernidade urbana numa província tradicionalmente rural e com forte identidade regional apoiada no campo. Neste contexto, as intervenções de Pereira Passos são contemporâneas à gestão de José Montaury de Aguiar Leitão, o primeiro chefe municipal eleito que ficou no poder de 1897 a 1924. Nesta época, Porto Alegre passou por modificações.

O processo de valorização de Porto Alegre ficou explícito nos planos urbanísticos que pretendiam readequá-la e dirigi-la rumo à modernidade. Cabe destacar o Plano de Melhoramentos de 1914 (MACEDO, 1999; SOUZA, 2008). A construção de um cais às margens do rio Guaíba foi a maneira encontrada à época para

acabar com um antigo problema de insalubridade e desorganização daquela área. Além do porto, destaca-se a chegada do bonde elétrico à cidade em 1908 como uma das marcas da renovação urbana. O bonde era entendido como o sinal de que Porto Alegre civilizava-se, dando a sensação de que a cidade era uma metrópole (PESAVENTO, 1999). Elemento icônico da modernidade e símbolo do progresso, assim como o automóvel, o bonde acabou sendo satirizado em crônicas. Pesavento define essa postura de escritores e cronistas da urbe de uma "amargura provinciana" ou mesmo descrença no projeto alardeado como moderno.

O desejo e o fascínio de uma cidade que se modernizava podem ser percebidos nos textos que falam sobre o urbano. O conjunto de obras, reafirmado em discursos que representavam a cidade, contribuiu para a formação de um imaginário que traduzia o espírito daquela época. Se as obras realmente funcionaram, não é o que importa:

> [...[no plano das representações, não é porque as propostas e planos não tenham se realizado que elas ao mereçam ser estudadas. Enquanto concepção e desejo, elas um dia existiram no imaginário social e mobilizaram as expectativas (PESAVENTO, 1999, p.279).

Na segunda metade do século XX, ocorreram profundas mudanças no que diz respeito ao urbanismo e ao entendimento das cidades no processo de urbanização. Uma das principais questões diz respeito aos impactos causados sobre as metrópoles do chamado Primeiro Mundo neste processo, desencadeado a partir do final dos anos 70. A modernidade dá lugar à pós-modernidade[5].

[5] É pertinente ressaltar que, apesar de aceitarmos o conceito de *pós-modernidade*, sua demarcação temporal e titulação geram controvérsias entre os principais pensadores da

A pós-modernidade é uma noção que se aplica às mudanças ocorridas nas ciências e nas artes desde 1950, quando, por convenção, se encerra o período moderno. As análises pós-modernas investem contra as noções clássicas de verdade, razão, objetividade, ideia de progresso ou emancipação universal. O francês Michel Maffesoli se inscreve nesta linha. As pesquisas do autor se balizam numa sociologia pós-moderna que estuda as formas da vida social, apreciando todas as histórias, as justificações e as legitimações que, de maneira polifônica, constituem o discurso do social e dão um caráter ambivalente às diversas representações.

A cidade é uma das discussões pós-modernas. Buscava-se romper com a noção de que este era um lugar idealizado, onde o crescimento e o progresso traziam somente benefícios. Essas são as questões que a modernidade havia deixado de lado e que a pós-modernidade busca discutir novamente, diante de um cenário de incertezas no ambiente urbano. Pensadores como Bauman (2008) também passaram a discutir a cidade. O autor observou que o espaço urbano começou a fugir do controle público, crescendo desordenadamente e tornando-se uma ameaça constante para seus próprios habitantes. Na metrópole contemporânea, é preciso lidar com o trânsito congestionado e com a violência.

Do ponto de vista econômico, o novo ciclo que se inicia é marcado pela globalização, quando "acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa" (GIDDENS, 1991, p.76). Neste sentido, os impactos da globalização são perceptíveis nas cidades, que se adaptam às mudanças e se entrelaçam nesse mercado global. Surge o conceito

---

modernidade. Giddens apresenta uma série de objeções ao que se entende como pós-modernidade, caracterizando o período como "alta modernidade" (1991). Já Bauman define este período como "modernidade líquida".

de *cidade global*, a partir de uma mudança no perfil das metrópoles: “em substituição às atividades industriais, passavam a sediar empresas de prestação de serviços altamente especializados, ligados em sua maioria ao setor financeiro e da informação e de origem quase sempre transnacional” (CARVALHO, 2000, p.75).

O autor observa ainda que, ao final da década de 1990, há uma segunda geração de estudos que transpõe o conceito de cidade global para as metrópoles então consideradas de segunda ordem. É o caso do Brasil. O foco recai agora sobre o indivíduo e sua cultura, projetando o que é popular e o suburbano. O processo tardio de urbanização provocou algumas consequências em cidades como o Rio.

O esvaziamento da população mais pobre do centro da cidade provocou o inchaço das periferias. Ao longo dos anos 90, o Rio registrou episódios frequentes de violência. Favelas, subúrbios e morros foram apontados como eixos de irradiação do problema. Estes acontecimentos tiveram forte repercussão na mídia nacional e internacional, reforçando o estigma do Rio como uma cidade violenta. Neste período de circulação global e consumo, as cidades são ressignificadas no interior do sistema produtivo internacional: viram produto de consumo, cuja imagem pode ser vendida internacionalmente (visando negócios, turismo, etc). Falamos agora de uma cidade que passa a ser monitorada pela televisão, pela tela do cinema, retratada em livros e músicas. O Rio de Janeiro, neste sentido, se torna um lugar de significação ambivalente: pode ser representado como território violento e, ao mesmo tempo, lugar do exótico, de autenticidades preservadas.

Devemos aqui retomar Maffesoli (2012), quando nos lembra que, em tempos pós-modernos, tudo deve ser visto e apresentar-se em espetáculo. É neste sentido que observamos a violência virar espetáculo. O autor chama a atenção para a centralidade da imagem televisiva e cinematográfica nesta discussão. Jaguaribe

(2007) também trata da questão do espetáculo, enfocando sua discussão na produção midiática e cinematográfica. Ela afirma que há uma cultura do medo nas cidades brasileiras. Assim, observa que a ocorrência de episódios de violência dá origem a imaginários midiáticos do risco e do medo, que dependem da circulação das narrativas e imagens de violência e conflito social na mídia visual e impressa.

Para a autora, a realidade produzida pelas imagens e narrativas midiáticas é uma fonte crucial de constituição de mundo no Brasil. Livros e filmes também contribuíram. A passagem de escritores estrangeiros ao Rio, logo após a reurbanização, originou crenças que se tornaram parte constituinte do perfil literário da cidade. Em 1913, a escritora francesa Jane Catulle-Mendès visitou a cidade e publicou o livro de poemas "A cidade maravilhosa" (*La ville merveilleuse,* em francês). A identificação de alguns elementos da modernidade do Rio foi estendida ao conjunto do país pela representação e seu efeito de verdade. Configura-se, pela credibilidade do imaginário, uma identidade global que aponta na direção desejada da civilização: "nos caminhos da representação, é possível passar da 'Cidade Maravilhosa' ao 'país das maravilhas', sem que a hipertransfiguração do real deixe de ser convincente" (PESAVENTO, 1999, p.159).

O mito de "país do futuro" também traduz muito bem o espírito de modernização que tomou conta da sociedade brasileira em épocas passadas. Lançada em 1941, a obra "Brasil, país do futuro", do escritor austríaco Stefan Zweig, converteu-se em um cartão de visitas brasileiro. Ideias como a de um "novo Brasil" e a de um "país do futuro" têm em comum a crença no progresso e na modernização do país. Se trazemos essas utopias, é para perceber, através do pensamento analógico, que elas voltam, na contemporaneidade, com uma nova roupagem, um novo discurso, e em um novo período histórico. Estamos falando do Brasil da Copa e das Olimpíadas.

Megaeventos: atratividade e visibilidade das cidades

A publicidade traz essa ideia[6] de um novo Brasil. Na esfera política, o governo federal também se mostra engajado em reforçar esse discurso. Na campanha publicitária que celebra os oito anos do governo Luiz Inácio Lula da Silva, observamos a ideia do "novo Brasil" que vai abrigar a Copa e as Olimpíadas[7]. Pode-se afirmar que estamos vivendo um período importante de ressignificação das ideias de país e das cidades que vão receber estes eventos. Na primeira década do século XXI, 12 cidades brasileiras[8] recebem uma espécie de prêmio extremamente visado. A cidade se torna a representação de um lugar onde se concentram informações e espetáculos internacionais, inovações e imaginários globalizados. A cidade é, por excelência, o lugar dos megaeventos esportivos.

Contrapondo-se à ideia de um mundo "negativamente globalizado" (BAUMAN, 2008), o fenômeno do urbanismo globalizador prioriza os avanços econômicos, a interrupção do declínio populacional e os grandes projetos de reurbanização, com o objetivo de mudar o foco de discussões sobre a cidade como lugar do medo. Conforme observa Canclini (2003), a globalização marca também a ressignificação das cidades de caráter positivo. A realização de eventos esportivos na cidade contribui para esta nova fase.

---

[6] Exemplo disso é a Semana ARP da Comunicação, realizada em novembro de 2010, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, promovida pela Associação Riograndense de Propaganda (ARP). Intitulado "O novo Brasil", o evento realizou uma série de palestras e debates sobre diversos temas, como as promessas para o futuro com a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas em 2016. Informações extraídas do caderno publicado pela ARP durante a realização do evento.

[7] ESTAMOS VIVENDO UM BRASIL DE TODOS. Peças publicitárias do governo federal de rádio, TV, jornais e revistas. Local de veiculação: 325 veículos de comunicação do Brasil. Data de veiculação: dezembro de 2010.

[8] São elas: Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Cuiabá (MT), Curitiba (PR), Fortaleza (CE), Manaus (AM), Natal (RN), Recife (PE), Salvador (BA) e Porto Alegre (RS).

No debate modernidade *versus* pós-modernidade, o esporte despe-se de romantismo e idealização. Constituído como um dos principais fenômenos sociais contemporâneos, o esporte congrega valores pedagógicos, mas também tem sua porção competitiva que se integra à condição pós-moderna, justificada pela relação de dependência estabelecida com a mídia. Desta forma, buscamos a compreensão do esporte cada vez mais enquanto espetáculo comercial[9] nas grandes cidades, com o surgimento de megaeventos.

Os megaeventos são espetáculos culturais, religiosos ou esportivos, que têm como característica uma preestabelecida duração, grandiosidade em termos de público e envolvimento financeiro, além de serem atraentes para a mídia (DACOSTA, 2008). A grande quantidade de pessoas que acompanham as competições esportivas pela televisão, internet e jornais constitui a visibilidade midiática do evento e, portanto, das cidades-sede.

Os megaeventos esportivos, de forma geral, adquirem tal importância que são incluídos no planejamento estratégico das cidades. Carregam o desejo de uma cidade global. Neste sentido, o megaevento contemporâneo se tornou a medida e o padrão de um tipo de transformação fundamental para acirrar a competição entre as cidades globais. Em uma análise crítica dos megaeventos, Horne (2006) afirma que a realização de megaeventos nas grandes cidades vai de encontro às necessidades de elites transnacionais urbanas.

Os megaeventos desempenham papel similar ao cumprido por algumas grandes exposições universais da segunda metade do século XIX e início do século XX, pois colocam em relevo utopias do progresso e da solidariedade e harmonia entre

[9] A expressão "esporte-espetáculo" é utilizada por Bracht (1997) complementando "alto rendimento". Para o autor, a característica central de tal conceituação é a transformação do esporte em mercadoria veiculada pelos meios de comunicação.

os povos (DACOSTA, 2008). Neste sentido, o período em questão revela-se como fundamental para a compreensão de que a cidade de Porto Alegre entra nesse seleto grupo de capitais que sediarão a Copa. Desta forma, esse mesmo *status* gera possibilidades de um novo imaginário.

Na Porto Alegre pré-Copa do Mundo, percebemos um espírito de modernização e fetiche, através da eleição de símbolos de sedução e de fascínio na cobertura jornalística: os estádios e o metrô. Há semelhanças entre a euforia percebida nas narrativas sobre o urbano com a chegada do bonde elétrico e o fascínio provocado pela construção do metrô e dos estádios. Um fascínio que emerge ao ler as notícias sobre estes assuntos em alguns veículos locais. Na medida em que todo imaginário é uma narrativa, as tecnologias do imaginário podem ser chamadas de "fábricas de mitologias" (SILVA, 2003).

Trazemos aqui alguns apontamentos a partir de uma breve observação empírica da mídia local. Na cobertura jornalística, a construção da arena esportiva do Grêmio e as obras no estádio Beira Rio, do Internacional, são assuntos recorrentes. Apesar de o Beira Rio ter sido eleito pela FIFA como estádio oficial dos jogos, é possível observar que, em determinados momentos, os veículos de comunicação locais questionam essa decisão. Isso pode ser percebido na tentativa de gerar expectativas e insistir na conclusão das obras do estádio do Grêmio a tempo da Copa[10] e também na criação de inseguranças em relação à conclusão das reformas no estádio do Internacional dentro do prazo estipulado.

A realidade das obras no presente já não provoca sensações positivas; pelo contrário, acentuam o desconforto (atrapalham o trânsito, provocam barulho). É aí

[10]Grêmio mantém esperança de receber Copa das Confederações na Arena. Reportagem de internet. 28 fev 2012. Disponível em: <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/esportes/gremio/noticia/2012/02/gremio-mantem-esperanca-de-receber-copa-das-confederacoes-na-arena-3678464.html>.

que impera o fascínio do futuro, a aceleração do tempo, com o objetivo de projetar as obras já prontas. Isso só é possível através das tecnologias midiáticas. Assim, projetos urbanísticos são revelados e ampliados em cada detalhe: é possível ver o "antes e depois[11]" de uma obra que começa a ganhar os contornos na cidade, mostrada em infográfico com possibilidade de interação do internauta ("clique aqui e veja como vai ficar"). A televisão acelera a construção do estádio: *time-lapse*.

Além das arenas esportivas, outro ícone da pós-modernidade de Porto Alegre é o metrô. Os metrôs adentraram a mitologia, os sonhos, tornando-se mais do que um meio de transporte, um dos grandes fetiches urbanos. Na Porto Alegre contemporânea, da Copa, o tráfego de veículos é algo problemático. O metrô surge então como a representação da solução para estes problemas, na perspectiva de alguns veículos locais, como o jornal Zero Hora[12], sediado na capital gaúcha. É pertinente ainda ressaltar que, apesar de associado aos megaeventos, o metrô não será concluído até 2014[13].

A capa da edição do dia 14 de outubro de 2012 exemplifica muito bem esse ponto. A construção do metrô é a principal manchete: "O metrô mais próximo: 37 anos depois da inauguração da primeira linha subterrânea, Dilma confirma hoje obra aguardada pelos gaúchos". Além da manchete, há uma ilustração, composta por

---

[11]Como exemplo, trazemos uma matéria recente publicada no site do jornal Zero Hora, que mostra as obras no estádio Beira Rio. Disponível em: < http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/infografico/beirario-antes-e-depois-da-armacao-da-cobertura-56681.html>. Acesso em novembro de 2013.

[12]Fundado em maio de 1964, o jornal Zero Hora é um dos veículos de comunicação do Grupo RBS, uma das maiores empresas de comunicação multimídia do Brasil e uma das principais afiliadas da Rede Globo.

[13] O projeto foi anunciado como uma obra relacionada à Copa e começou a ganhar maior visibilidade na mídia a partir de 2009, considerado uma das obras de mobilidade urbana na Matriz de Responsabilidades da Copa. A notícia sobre a construção do metrô foi publicada em sites criados pelo governo federal e municipal para divulgar ações relacionadas à Copa do Mundo. Disponível em: <http://www.portal2014.org.br/noticias/982/PORTO+ALEGRE+CONFIRMA+METRO+PARA+COPA.html> e <http://www.copa2014.gov.br/noticia/porto-alegre-tera-r-1-bilhao-do-orcamento-do-governo-federal-para-obras-do-metro>. Acesso em dezembro de 2011.

uma figura do metrô e um mapa de Porto Alegre. O metrô atravessa toda a cidade, está em um plano superior e, proporcionalmente, assume dimensões gigantes. Na foto que ilustra a cidade, há muitos prédios e construções, e é possível visualizar ainda o rio Guaíba. A arte sobre a foto, utilizada pelo jornal, é um recurso tecnológico que permite imaginar uma situação que ainda não existe. Através do dispositivo da imagem, o jornal fornece ao leitor os elementos para que ele imagine o metrô em Porto Alegre. O metrô não passa de uma figura imaginada e projetada. Portanto, a opção foi montar uma foto, com traços da realidade e da irrealidade, considerando "realidade" uma fotografia da cidade e "irrealidade" o próprio metrô (tamanho, cor, modelo), os locais por onde ele deve passar.

Considerações provisórias

Buscamos com este artigo trazer à discussão alguns pontos sobre o imaginário de lugares em determinados momentos históricos e de que forma eles são disseminados através de narrativas. O uso de tecnologias na contemporaneidade desperta emoções sobre a cidade, que é sonhada, espetacularizada. Essa é a cidade que vemos representada e idealizada pela mídia - recorte específico de uma realidade urbana narrada que contribui para o reforço de imaginários.

A trajetória de chegada de megaeventos esportivos no Brasil e em Porto Alegre projeta essa cidade internacionalmente. A cobertura jornalística mostra a cidade das obras, do novo fluxo de trânsito, de novos espaços. O imaginário da Porto Alegre da Copa do Mundo de 2014 é reforçado pelo mesmo ideal do progresso que já norteou a cidade em outros tempos.

Silva diz: "O *Brasil* não ganhou a Copa do Mundo de futebol; *alguns brasileiros* o fizeram" (2003, p.107). O autor prossegue, ao discutir a exatidão e a verdade do jornalismo:

> É exato que o Brasil ganhou a Copa. Mas isso não é a verdade desse acontecimento. A verdade é que um grupo alcançou esse êxito. A técnica jornalística faz o todo assumir as conquistas e derrotas da parte. Faz também com que esse todo delegue à parte o papel de protagonista (SILVA, 2003, p.108).

Este pensamento se revela uma interessante questão para se refletir sobre nosso objeto de estudo. Percebemos em Zero Hora que o metrô revela um sonho coletivo, que não se restringe aos habitantes da capital, mas se espalha por todo o Estado, tornando-se um desejo “dos gaúchos”. Talvez revele também a identidade do sujeito: “gaúcho” é aquele que aguarda a obra ansiosamente. O discurso dá a impressão de que é unânime a receptividade positiva ao metrô. No entanto, é oportuno observar que, conforme apontam estudos sobre as metrópoles contemporâneas, as obras para a construção de metrôs em grandes centros urbanos são caras e têm alto impacto ambiental e social. Não será preciso avançar nesta discussão, uma vez que nosso interesse não é questionar a solução mais adequada para Porto Alegre. Interessa aqui observar os mecanismos que fazem do metrô um sonho que emerge na mídia local, um dos símbolos da transformação urbana deste período.

A aura da Porto Alegre da Copa é revestida por símbolos como o metrô e as arenas esportivas. São estes elementos que traduzem o ideal de velocidade, aceleração do tempo, mudança de realidade. A mídia, através das tecnologias a serviço do imaginário, participa desse processo, aponta e constrói um futuro idealizado. Como questionamento final, refletimos sobre quem ganha e quem perde com a Copa do Mundo, alardeada muitas vezes como um dos principais

atrativos para novos negócios de todos que estão na cidade. Concluímos: *Porto Alegre* não ganhou como sede da Copa; *alguns* o fizeram.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bauman, Z. (2008). *Medo líquido***.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bracht, V. (1997). *Sociologia crítica do esporte: Uma introdução*. Vitória: UFES.

Canclini, N. G. (2003). A *globalização imaginada***.** São Paulo: Iluminuras.

Carvalho, Mônica de. (2000, Out./Dez). Cidade global: anotações críticas sobre um conceito. In: *São Paulo em perspectiva***.** *14* (4) São Paulo.

Dacosta, L. (2008). *Legados de megaeventos esportivos.* Brasília: Ministério dos Esportes.

Debord, G. (2000). *A sociedade do espetáculo***.** São Paulo: Contraponto.

Durand, G. (2002). *As estruturas antropológicas do imaginário*. (3ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.

Giddens, A. (1991). *As Conseqüências Da Modernidade***.** São Paulo: Unesp.

Godoy, L. (1996). *Os jogos olímpicos na Grécia antiga***.** São Paulo: Unimes.

Horne, J. (2006). *Sport in consumer culture***.** New York: Palgrave Macmillan.

Jaguaribe, B. (2007). *O choque do real: estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco.

Macedo, F. R. de. (1999). *Porto Alegre: origem e crescimento*. Porto Alegre, UE/Porto Alegre.

Maffesoli, M. (1985). *O conhecimento comum: compêndio de sociologia compreensiva*. São Paulo: Editora Brasiliense.

Maffesoli, M. (2001 ago.) O imaginário é uma realidade. *Revista Famecos*, Porto Alegre (15), 74-82.

Maffesoli, M. (1998). *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Maffesoli, M. (2012).*O tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade.* Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Pesavento, S. J. (1999). *O imaginário da cidade: Visões literárias do urbano* **-** Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Ed. Universidade, UFRGS.

Silva, J. M. (2003). *As tecnologias do imaginário.* Porto Alegre: Sulina,

Souza, C. F. de. (2008). *Plano geral de melhoramentos de Porto Alegre: o plano que orientou a modernização da cidade*. Porto Alegre: Armazém Digital.