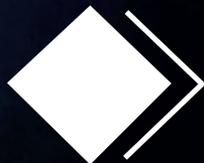


DANIEL LUCIANO GEVEHR
(Organizador)

A ECONOMIA DO CONHECIMENTO

teoria e práticas em pesquisas



editora
científica digital

DANIEL LUCIANO GEVEHR
(Organizador)

A ECONOMIA DO CONHECIMENTO

teoria e práticas em pesquisas



1ª EDIÇÃO



editora
científica digital

2021 - GUARUJÁ - SP



EDITORA CIENTÍFICA DIGITAL LTDA
Guarujá - São Paulo - Brasil
www.editoracientifica.org - contato@editoracientifica.org

Diagramação e arte Equipe editorial	2021 by Editora Científica Digital Copyright© 2021 Editora Científica Digital
Imagens da capa Adobe Stock - licensed by Editora Científica Digital - 2021	Copyright do Texto © 2021 Os Autores Copyright da Edição © 2021 Editora Científica Digital
Revisão Os autores	Acesso Livre - Open Access

Parecer e revisão por pares

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Editora Científica Digital, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

O conteúdo dos capítulos e seus dados e sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. É permitido o download e compartilhamento desta obra desde que pela origem e no formato Acesso Livre (Open Access) com os créditos atribuídos aos respectivos autores, mas sem a possibilidade de alteração de nenhuma forma, catalogação em plataformas de acesso restrito e utilização para fins comerciais.



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) **(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

E19

A economia do conhecimento [livro eletrônico] : teoria e práticas em pesquisas / Organizador Daniel Luciano Gevehr. – Guarujá, SP: Científica Digital, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-5360-024-9
DOI 10.37885/978-65-5360-024-9

1. Inovações tecnológicas. 2. Capital humano. 3. Tecnologia – Pesquisa – Brasil. I. Gevehr, Daniel Luciano.

CDD 338.06

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

E-BOOK
ACESSO LIVRE ON LINE - IMPRESSÃO PROIBIDA

2021

Entre o ‘mundo real’ e o ‘mundo possível’: o ‘mundo de referência’ como desafio epistemológico no estudo em comunicação

| **Marcel Neves Martins**
PUCRS

| **Beatriz Correa Pires Dornelles**
PUCRS

RESUMO

No estudo da cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, temos como preocupação inicial a constituição de um corpo epistemológico que estruture nosso olhar, a saber, direcionado ao complexo contexto que envolve o engendramento e a realização desse megaevento esportivo. Assim, apropriamo-nos das noções de mundo real, mundo de referência e mundo possível para propor uma visada singular sobre processos sociocomunicacionais e midiáticos de agendamento de uma união mental e um espírito coletivo próprios a um espaço de tempo em sua especificidade.

Palavras-chave: Comunicação, Jornalismo, Epistemologia.



■ INTRODUÇÃO

O olhar sobre o agendamento do sentido popular da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, remete-nos, inicialmente, a um exercício epistemológico a partir da definição do objeto de estudo. A meditação que realizamos neste espaço tem como escopo a iluminação do campo semântico que estrutura e fundamenta nossa pesquisa. Buscamos fazer emergir um “mundo de referência” em sua singularidade, onde se localizam noções e operadores teórico-conceituais, que marcam os pilares nos quais nossa investigação se ancora para visualização de uma realidade em sua especificidade. Na obra *A Construção da Notícia*, Alsina (2009) apresenta as noções de “mundo real”, “mundo de referência” e “mundo possível”. Longe de entrarmos no mérito da pertinência da proposta do autor e da validade da mesma, em relação aos processos de construção da notícia, vislumbramos uma correlação desses indicadores com o que estamos analisando.

No contexto da reflexão que propõe acerca da prática jornalística, Alsina não entra na ontologia desses mundos. Contudo, indica três ambiências que envolvem a produção discursiva dos jornalistas. Segundo Alsina (2009, p. 303),

o jornalista é o autor de um mundo possível que se manifesta em forma de notícia. Na construção da notícia, estão presentes três mundos distintos e que estão inter-relacionados, são eles: o mundo ‘real’, o mundo de referência e o mundo possível.

Ainda que o autor identifique diferenças entre os modos de produção do conhecimento dos jornalistas e os dos cientistas¹, apropriamo-nos dos “mundos de Alsina” enquanto mapas que iluminam as regiões de sentido próprias a cada etapa de nossa pesquisa. A analogia que encontramos entre ambos os modos de produção de conhecimento ultrapassa o caráter discursivo que contempla tanto a construção da notícia pelo jornalismo quanto a construção de uma tese na área das Ciências da Comunicação.

Vemos certa proximidade entre ambos os processos pela capacidade de recorte do “real” e a proposição de um mundo possível a partir de um conjunto de referências, sem as quais tanto o jornalista como o cientista comunicacional – e os sujeitos sociais – não se localizariam no mundo da vida para mostrar o que nem sempre temos acesso de forma testemunhal, direta.

Neste artigo, o “mundo real” é apresentado como aquele no qual percebemos a potencialidade de desenvolvimento de nossa pesquisa. É nesta dimensão que localizamos um problema inicial, que nos remeteu à constituição do objeto de estudo. A partir desse,

1 Ver parte dois, segundo parágrafo.





organizamos nosso “mundo de referência”, que, ainda em construção, busca fazer emergir a plataforma básica sobre a qual estrutura-se nosso estudo.

Nesse sentido, propomos um “mundo possível”, em torno do qual gravitam pistas *ad hoc*, revestidas por noções que podem indicar caminhos para continuação da pesquisa. Vislumbramos um desafio epistemológico, que tensiona o andamento da investigação, na medida em que parte do problema, a priori, é constituído pelas observações no “mundo real”, e fomenta a emergência do problema a posteriori, que viabiliza os desdobramentos do “mundo possível”.

Desta forma, esta reflexão está organizada – para além da introdução e aquém das considerações finais – em três partes, respectivamente: o “mundo real”: um problema a priori; o “mundo de referência”: um problema a posteriori; e o “mundo possível”: um sentido iminente.

O ‘mundo real’: um problema a priori

O ponto de partida para nossa investigação é o “mundo real”, que para Alsina (2009, p. 304) “seria o mundo dos fatos, dos acontecimentos, que foi dotado de sentido, *prima facie*”. É a região onde podemos perceber modificações em nível fenomenológico na realidade. Nesse momento, observamos a realidade em sua relativa autonomia. Não temos “nada” a dizer sobre o que se passa, senão é o próprio “real” quem nos diz, emanando mensagens em um estado de pré-configuração do mundo, no que seria, conforme Charaudeau (2006), uma atividade mimética de primeiro nível (“mimese-1”).

Charaudeau enfatiza que a “mimese-1” estrutura a percepção sem a “significância ordenada em linguagem, e é por isso que se pode falar de uma estruturação pré-figurada” (CHARAUDEAU, 2006, p. 97). A inscrição de sentidos sobre o “real”, numa proposição *latu sensu*, ocorreria ainda numa mimese de primeiro nível, entretanto, apenas como modo de “tradução” semiológica de nossas observações perante o mundo com o qual nos relacionamos de forma direta².

A priori, poder-se-ia dizer que se trata de um enquadramento líquido, no próprio sentido pré-figurativo, sem pretensões de ordenamento e sistematização das unidades de sentido que envolvem o acontecimento. Na construção de uma realidade social (BERGER & LUCKMANN, 1973) da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, vemos que instituições e organizações políticas, bem como midiáticas, participaram da gestação do acontecimento. Assim, fizeram-se presentes na história e objetivaram o mundo das relações dos indivíduos. Suas intervenções no

2 Logicamente, esta é uma elucubração um tanto complexa e que serve para fins de codificação na linguagem do espectro de “mundo real” do qual partimos para nossa investigação. Como veremos na próxima parte, a “mimese-2”, no sentido da configuração do mundo pré-figurado, encontraria lugar no “mundo de referência”.





engendramento dos acontecimentos sociais inculcaram a subordinação dos sujeitos a seus *modus operandi*, já que o mundo institucional “tem uma história que antecede o nascimento do indivíduo e não é acessível a sua lembrança biográfica. Já existia antes de ter nascido e continuará a existir depois de morrer” (BERGER & LUCKMANN, 1973, p. 86).

Na organização da Copa de 2014, as instituições que mais se destacaram foram a Fifa³ (Federação Internacional de Futebol) e o Governo do Brasil (e por extensão Estados e municípios eleitos como sedes do torneio). Para estreitarem suas relações com o público, a Fifa⁴ e o Governo⁵ lançaram mão de meios de comunicação, sobretudo como forma de divulgação dos preparativos para o megaevento esportivo, buscando uma transparência em suas ações e processos em curso.

Nos sites de ambas as instituições, encontramos informações de caráter jornalístico, mensagens publicitárias e até mesmo dados relativos à prestação de contas das obras da Copa. A estruturação de Secretarias Extraordinárias para a Copa, em cada uma das 12 cidades-sede do Mundial, ensejou o lançamento de sites oficiais com informações sobre a organização do acontecimento em nível local, assim como os Estados que receberam os jogos também acionaram dispositivos para comunicação na internet.

Além dos veículos oficiais, também tiveram lugar os oficiosos. O Portal 2014⁶ retratou de forma exemplar a capacidade da Copa do Mundo de provocar o interesse na sua noticiabilidade por organizações não ligadas às instituições promotoras do Mundial. Iniciativa do Sinaenco (Sindicato Nacional das Empresas de Arquitetura e Engenharia Consultiva), o portal apresentou uma multiplicidade de notícias sobre a Copa, com informações que transitaram entre os preparativos para o acontecimento e a preparação da Seleção Brasileira para o certame.

A realização da Copa do Mundo no Brasil, pela segunda vez (a primeira edição em solo nacional aconteceu em 1950), despertou a atenção das mídias operadas por empresas de comunicação. O campo jornalístico se voltou para a cobertura do megaevento esportivo para representá-lo, na medida em que o futebol é parte da cultura popular brasileira. Assim, as mídias apropriaram-se da Copa para agendá-la a partir da construção do acontecimento midiático. Dentro das suas lógicas de operação, colocaram em circulação significantes e significados em um mercado de discursos.

Na imprensa gaúcha, destacou-se a cobertura do jornal Zero Hora, da empresa RBS, de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul (RS). Um ano antes do início da Copa de 2014, o veículo produziu diversas matérias sobre os preparativos para o megaevento

3 Criada em 1904, a Fifa é a instituição máxima do futebol a nível mundial. Tem sede em Zurique, na Suíça

4 Disponível em: <http://pt.fifa.com/worldcup/index.html>.

5 Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/>.

6 <http://www.portal2014.org.br/>.





esportivo. Em duas delas, publicadas em 2013, repercutiu a escolha de Carlos Villagrán, que interpretou o personagem Kiko, do seriado televisivo Chaves, do México, como o embaixador de Porto Alegre para o Mundial do Brasil. Com isso, indicou que o acontecimento já se realizava no plano simbólico, não se restringindo à futura disputa das 64 partidas previstas. Os dispositivos midiáticos participaram do engendramento dos sentidos em trânsito na esfera pública e incidiram no imaginário social sobre a Copa.

A participação midiática, especialmente, da imprensa na projeção de determinados sentidos sobre a Copa do Mundo de 2014 fez com que direcionássemos nossa atenção para o que estava ocorrendo no âmbito da tematização do acontecimento. Nosso olhar considerava as operações de midiatização do Mundial como características singulares da sua realização no Brasil. Como a imprensa, particularmente os jornais, tinham a tendência de aprofundar a cobertura da Copa, acabamos direcionando nossa abordagem sobre as práticas do jornal Zero Hora.

No “mundo real” que fez emergir condições para a realização do acontecimento esportivo, foi colocada em relevo uma linguagem híbrida, na medida em que os discursos não se restringiram às questões do campo esportivo, próprias às partidas de futebol; fato que observamos em matérias de Zero Hora antes da competição iniciar.

Como o Brasil era sede do certame e, por isso, passava pela adequação da sua infraestrutura, fundamentalmente nas 12 cidades-sede dos jogos, os discursos se hibridizaram, ainda que sob a rubrica da temática esportiva. O próprio Governo Federal estruturou suas ações em áreas consideradas estratégicas para a realização da Copa de 2014 no Brasil. Foram criadas as “câmaras temáticas” de saúde, meio ambiente e sustentabilidade, desenvolvimento turístico, transparência e educação, trabalho e ação social.

A partir desse “mundo real” abrangente, codificado na escrita para que visualizássemos determinada realidade posta em marcha para a construção do acontecimento, percebemos como um problema, *a priori*, a hibridização discursiva na cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014. Dessa forma, encaminhamos a emergência do nosso “mundo de referência”, constituindo o objeto de estudo: a cobertura jornalística da Copa pela imprensa⁷ de Porto Alegre (RS), representada pelo jornal Zero Hora, e percebendo um problema *a posteriori*.

O ‘mundo de referência’: um problema *a posteriori*

Para além do teor epistemológico expresso na totalidade desta reflexão, a inauguração de um quadro teórico-conceitual, a que designamos como nosso “mundo de referência”,

7 Tratamos sempre da imprensa de jornal.





constitui-se como o núcleo da epistemologia proposta neste exercício. Aqui, calibramos nosso olhar sobre a realidade da Copa do Mundo de 2014 a partir de noções e ideias aproximadas, conforme correspondências de sentidos e, portanto, válidas porque pertinentes às solicitações do problema *a posteriori* – efeito do processo de lapidação do problema inicial, princípio para a inteligibilidade de uma realidade complexa.

Nos termos de Alsina (2009), o “mundo de referência” é uma proposta de interpretação dos fatos, enquanto hipótese, colocada pelos jornalistas mediante a ocorrência dos acontecimentos, o que levará o profissional a buscar dados para a confirmação da proposta de interpretação. No entanto, na produção do conhecimento pelos cientistas sociais ocorreria outro processo: Alsina (2009) recorre à Castañares (1995) para dizer que, enquanto o jornalista busca a confirmação de suposições, na tentativa de reconstrução da trama de um texto com múltiplas interpretações, o cientista busca pelos fatos capazes de contrariar ou falsear as hipóteses. É possível que essa diferença entre modos de ação se estabeleça pela necessidade de o conhecimento científico decifrar, através de um tensionamento, inferências não comprovadas, o que não seria objetivo do jornalismo, que elabora seus produtos, majoritariamente a partir de entrevistas, sem necessariamente checar as informações prestadas pelos entrevistados.

Ainda que não trabalhem até esta etapa com hipóteses em *strictu sensu*, vemos que, tanto para os jornalistas quanto para os cientistas, há, nesta dimensão, uma atividade mimética de segundo nível (“mimese-2”). De acordo com Charaudeau (2006, p. 97), ocorre a “*configuração* do mundo pré-figurado [...]. Essa configuração é designada como epistêmica, pois pressupõe uma teoria de ordenamento do sentido”. É nesse processo de ordenação que emerge nosso “mundo de referência”, lugar no qual “podemos enquadrar o acontecimento do ‘mundo real’”. É imprescindível, para a compreensão de um acontecimento, o seu enquadramento no modelo de um mundo referencial” (ALSINA, 2009, p. 308).

O problema *a priori*, a hibridização discursiva na cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014, enquadrando o “mundo real”, fazendo emergir o “mundo de referência”. Dada sua falta de relação direta com o mundo empírico, suscitou a necessidade de lapidação e refinamento. Havia a demanda pelo reconhecimento de uma problemática que antecederesse a questão discursiva e jornalística e sobre a qual o jornalismo estaria envolvido pelos seus processos de representação da realidade social.

Sem trabalhar com uma hipótese formulada, que tivesse como objetivo a sua confirmação ou falseamento, o nosso acesso à literatura sobre a folkcomunicação (LUIS BELTRÃO, 2001), enquanto possibilidade de estruturação do quadro teórico, possibilitou que fossemos ao encontro da noção de folclore (cultura popular). Com isso, vimos em Carneiro (1965) que uma das ordens pelas quais os fatos do folclore acontecem é a lúdica, na qual está inserida a





dimensão do jogo, lugar simbólico em que “a sociedade exprime sua interpretação da vida e do mundo” (HUIZINGA, 2010, p. 53). A pertinência da folkcomunicação foi revelada quando percebemos que, assim como os autos e folguedos populares, por exemplo, o carnaval e o boi-bumbá, o futebol é parte da cultura popular brasileira e meio de expressão das ideologias do povo e dos modos de ser das classes populares da nação.

É no seio da percepção desta teia de sentidos e no contexto da consciência das mudanças estruturais causadas na sociedade brasileira com a Copa do Mundo, que o problema *a priori* sofreu mutações.

A hipertextualidade contida no engendramento do certame e a diversidade de discursos nos remeteram a possibilidade de dispersão dos sentidos em circulação sobre o Mundial pelos múltiplos universos semânticos envolvidos na significação do acontecimento em sua complexidade. No reconhecimento do difuso, porque não concentrado em um campo semântico específico, vimos a potencialidade de conformação de um sentido popular para a Copa do Mundo, que poderia ser localizado tanto nas práticas das instituições envolvidas na gestação do megaevento esportivo quanto nas operações das empresas de comunicação jornalística.

A utilização de ônibus do transporte coletivo de Porto Alegre (RS), pelo poder público, através da Prefeitura Municipal, bem como a identificação por Zero Hora da figura de Carlos Villagrán (embaixador da cidade na Copa de 2014) com elementos do folclore gaúcho, como o chimarrão e a estátua do Laçador (um culto à figura tradicional do gaúcho), corroboraram com a percepção da projeção de um sentido popular do Mundial do Brasil para a sociedade local. Movimento que seria reflexo de ações engendradas em nível nacional, principalmente a partir das cidades-sede da competição.

Definimos, portanto, um problema de pesquisa *a posteriori*⁸ porque apoiado num emergente quadro teórico: a construção do sentido (caráter) popular da Copa do Mundo pela imprensa de Porto Alegre (RS), representada pelo jornal Zero Hora. Com a proposição desta problemática, aconteceu o que Castañares (1995 *apud* ALSINA, 2009) afirma em relação ao trabalho científico de ordenamento e enquadramento do “real”: a possibilidade de falsear ou contrariar a hipótese. De forma análoga, em nosso caso sucedeu a contrariedade, na medida em que percebemos na pretensa amplitude discursiva sobre a Copa do Mundo a potencialidade de evocação de uma união mental (LUIS BELTRÃO, 2001), dada a relação posta entre futebol e cultura popular.

Nosso “mundo de referência”, até então baseado em evidências empíricas e nas referências teóricas, foi encorpado pelo nosso encontro com a literatura direcionada à compreensão

8 A partir deste ponto, o problema *a posteriori* é o nosso problema de pesquisa.





de processos sócio-históricos relativos ao futebol, no Brasil e no mundo. Foer (2005) mostrou que a elitização do esporte⁹ é um processo em curso desde fins da década de 80, com a transformação do futebol, literalmente, em espetáculo e negócio – e vice-versa. O relato de Franklin Foer elevou a pertinência do problema de pesquisa e do “mundo de referência” – do qual o problema é seu cerne –, inclusive, porque o Brasil é identificado como o país do futebol e o esporte visto como a maior expressão popular do país (GUTERMAN, 2010).

No contexto do problema de pesquisa, há, portanto, que se considerar ainda a questão jornalística e sua relação com a folkcomunicação. O papel jornalístico atribuído às práticas de folkcomunicação por Beltrão (2001) deve-se a sua capacidade de mediação dos conteúdos e ofertas da indústria cultural ou mesmo do conhecimento erudito e especializado, “com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (BELTRÃO, 2001, p. 257). Melo (2008) entende que, originalmente, Luiz Beltrão percebia a folkcomunicação “como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais ou urbanas)” (MELO, 2008, p. 18).

Dois dinâmicas da folkcomunicação ficam latentes: a primeira, em que se realiza no seio popular como troca, intercâmbio de informações e ideias e opiniões sobre a própria vida do povo, desconsiderando mensagens veiculadas previamente pela indústria cultural e simbólica; a segunda, quando se caracteriza pela mediação entre o conteúdo hegemônico propagado por meios de comunicação de massa e a cultura popular (caso dos folhetos) ou mesmo pela mediação entre os assuntos da cidade grande e a vida no interior (vide a função informativa do caixeiro-viajante). Uma terceira dinâmica de folkcomunicação seria operada a partir da apropriação do folclórico pelos meios massivos e sua ressignificação para as massas (principalmente, para as classes populares) como modo de reconhecimento social e fortalecimento de uma unidade mental, na medida em que “os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum” (BELTRÃO, 2001, p. 53).

Os estudos que caminham na direção inversa de pesquisa sobre processos de folkcomunicação, isto é, partindo da análise dos processos de apropriação e representação midiática da cultura popular, reconhecem a existência da folkmídia (MELO, 2008). Beltrão (2001) já vislumbrava o exercício em potencial do “folkjornalismo”, no sentido da adequação das informações à mentalidade do receptor, buscando sensibilizá-lo.

Não se trata porém, de um processo de deformação, mas de um meio de adequar a informação à mentalidade do receptor. É um trabalho jornalístico de paixão, de calor, de integração com o pensamento e as necessidades do público. Daí sua popularidade, a sua aceitação (BELTRÃO, 2001, p. 258).

9 Nesta reflexão, esporte está posto num sentido particular, significando que se trata do futebol e não de outras modalidades esportivas.





O jornalismo esportivo e, especialmente, a tematização das questões do futebol apresentam essa característica apregoada por Luiz Beltrão.

Por último, destacamos o sentido do agendamento da Copa do Mundo de 2014 pela imprensa. As dimensões amplas e líquidas de megaeventos esportivos ou acontecimentos sociais requerem sua inscrição em dispositivos dotados de capacidade de significância, isto é, com capacidade para sua representação,

pois o ambiente real é excessivamente grande, por demais complexo, e muito passageiro para se obter conhecimento direto. Não estamos equipados para tratar com tanta sutileza, tanta variedade, tantas modificações e combinações (LIPPMANN, 2010, p. 31).

Por isso, surge a necessidade de reconstrução do mundo externo; função outorgada às mídias, que cumprem o papel de endereçamento de mapas do mundo. Lippmann (2010, p. 31) conclui seu raciocínio: “E embora tenhamos que agir naquele ambiente, temos que reconstruí-lo num modelo mais simples antes de poder manejá-lo. Para atravessar o mundo as pessoas precisam ter mapas do mundo”.

Os meios de comunicação cumprem a função de guias, apresentando as notícias que indicam os assuntos mais importantes do dia, isto é, não apenas sinalizam a existência de temas e assuntos importantes como afetam e influenciam nossas percepções acerca do que importa conhecer. Para McCombs (2009, p. 18), “esta habilidade de influenciar a saliência dos tópicos na agenda pública veio a ser chamada da função agendamento dos veículos noticiosos”. Conforme o autor, os modos de enunciação midiáticos, como o tamanho de títulos, as dimensões das matérias e as correspondências entre página de capa e página interior “comunicam a saliência dos tópicos da agenda noticiosa”.

Noção cara à obra de McCombs (2009, p. 187) é a de *priming*, que nos remete a ação de sugestionamento: “Ligação entre os efeitos do agendamento, que resultam na saliência dos assuntos ou de outros elementos junto ao público, e a subsequente expressão de opiniões sobre figuras específicas”.

Com isso, vemos que o acontecimento midiático, representativo de um acontecimento ou fato em estado bruto, nem sempre tem como propósito o relato de um evento, mas, como afirma Lippmann (2010), sua transfiguração. Com relações postas em cena a partir do “mundo de referência”, deslocamo-nos para a proposição, ainda que embrionária, do “mundo possível”, sempre tendo como guia as referências contidas naquele mundo. Segundo Alsina (2009, 309),

[...] a escolha de um mundo de referência condiciona os dados futuros desse acontecimento que serão compilados. À guisa de conclusão, precisamos lembrar, que o mundo de referência será a matriz para a construção do mundo possível narrado.





No item a seguir, propomos caminhos possíveis para a compreensão dos modos como seria construído um caráter popular da Copa de 2014 pela imprensa. Assim, emerge a possibilidade de um sentido iminente enquanto indicador da direção a ser tomada no processo investigativo para a conformação do texto relativo às práticas midiáticas de agendamento de uma união mental acerca do acontecimento.

O “mundo possível”: um sentido iminente

Chegamos ao terceiro momento da atividade mimética (“mimese-3”), destacada por Charaudeau (2006) como parte de um processo de inteligibilidade da experiência humana e sua integração em determinada narrativa. O universo de significantes e significados a que tivemos acesso na lapidação do problema de pesquisa deslocou-nos da posição de sujeito comunicante para a posição de sujeito receptor e, principalmente, sujeito interpretante.

Na “mimese-3”, que enseja, neste caso, a construção de um “mundo possível”, a partir da compreensão e interpretação de um “mundo de referência”, o autor percebe “[...] uma tentativa de resposta interpretativa à interrogação sobre os sentidos inscritos no mundo significado através dos textos produzidos que o configuram” (CHARAUDEAU, 2006, p. 97). Em suma, a “mimese-3” está envolvida num processo de semiotização do mundo, a saber,

como re-figuração do mundo configurado, que resulta da atividade de inteligibilidade do sujeito receptor. Este navega entre compreensão e interpretação, reconstruindo uma significação, em função de sua própria finalidade de ação e de sua própria experiência intelectual e afetiva, a partir do mundo construído pelo outro (CHARAUDEAU, 2006, p. 97).

A seu modo, Alsina (2009, p. 310) afirma:

O mundo possível é o mundo narrativo construído pelo sujeito enunciator, a partir dos outros dois mundos citados. Se no mundo ‘real’ era produzida a verificação e no mundo de referência era determinada a verossimilhança, no mundo possível se desenvolve a veracidade (p. 310).

Contudo, não temos como pretensão (e o próprio espaço não enseja o desenvolvimento da argumentação, que seria própria a um texto mais bem sistematizado) oferecer uma narrativa fechada e completa sobre os modos de agendamento do sentido e do caráter popular da Copa do Mundo de 2014, no Brasil. A propósito, o problema em si solicita à investigação a seleção de um *corpus* para estudo do objeto, a cobertura jornalística da Copa pela imprensa de Porto Alegre (RS). Assim, nosso “mundo possível” comporta indicações de um contexto possível onde podemos perscrutar determinados significantes que estariam entretidos na discursividade das mídias sobre o acontecimento esportivo.





Primeiramente, é fundamental que tenhamos em mente que a cultura popular, ainda que seja potencialmente lugar de expressão das camadas marginalizadas da população, é assediada na sociedade capitalista pela indústria da cultura. Não bastasse o exemplo que demos relativo à transfiguração do futebol em espetáculo esportivo digno de se tornar um negócio lucrativo para comercialização, o carnaval, por sua vez, vivenciado o ano inteiro pelas classes populares (temos o exemplo das escolas de samba no Rio de Janeiro), é apropriado pela folkmídia para transmissão às audiências. Sem contar o fato de que em época de desfiles, os sambódromos do Brasil afora contam com lugares privilegiados, destinados às elites que contemplam o folclore – e que pagam um preço alto para vivenciar por um curto espaço de tempo um espírito cultivado e vivido no cotidiano por pessoas de classes menos privilegiadas.

Além disso, a cultura popular é institucionalizada em nível nacional, regional, estadual e até mesmo municipal para a fomentação do turismo, com o intuito de geração de dividendos para as populações e participação no desenvolvimento do lugar no qual expressa sua soberania. Aliás, as noções de “identidade” e de “comunidade” operariam como dois significantes imprescindíveis ao entendimento da natureza das culturas, o que inclui a cultura popular e o folclore.

As reformulações no mundo do futebol, com a saliência de fatores econômicos e políticos, sugerem que o esporte, sinônimo de uma das maiores expressões populares em nível nacional, que consagrou o Brasil – ao menos na mitologia – como o país do futebol, não se restringe a uma expressão meramente folclórica. O futebol está envolvido em uma cultura híbrida, onde o popular e o massivo convivem em meio a interesses das elites que atuam na gestação dos acontecimentos (espetáculos) esportivos. Com isso, é fundamental a consciência de que estamos diante de um fenômeno em que poucas são as certezas diante da sua complexidade.

A imbricação dos campos da economia, da política e da cultura, sugere que os processos de comunicação midiáticos sobre acontecimentos complexos como uma Copa do Mundo, requerem a atenção em dois sentidos, que se interpelam mutuamente: o da economia política da cultura e o da economia política da comunicação. A partir do reconhecimento da participação dos componentes econômicos e políticos na cultura popular e no exercício do jornalismo, atingimos um sentido iminente que caracteriza as práticas de construção e agendamento do caráter popular da Copa de 2014 pela imprensa.

■ CONSIDERAÇÕES FINAIS

A complexidade dos fenômenos e acontecimentos sociais não dispensa um tratamento epistêmico das problemáticas contidas no mundo da vida. Aliás, é a incerteza constante, nos





termos de Morin (1990), que condiciona as tentativas de refinamento do olhar sobre o “real”. Desta forma, procuramos lapidar as reflexões acerca da realização da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, e das suas implicações para a sociedade como um todo.

A epistemologia colocada em movimento a serviço da pesquisa que desenvolvemos foi profícua porque confrontou-nos diante de um desafio no campo da comunicação: o desafio da concepção de sistemas de significantes e significados pertinentes às emanações do “mundo real”. O estabelecimento de relações entre campos semânticos supostamente distintos, no que tange às epistemologias que fundam para diferenciação de práticas e processos percebidos no cotidiano, colabora para o avanço nos estudos em comunicação pela proposição de redes de sentidos engendradoras de mapas de mundo propícios à compreensão dos fenômenos sociocomunicacionais.

Por fim, destacamos que o desenvolvimento desta meditação, no contexto da articulação substancial entre as teorias apresentadas por Miquel Rodrigo Alsina e Patrick Charaudeau, ensejou a inauguração de uma nova visada sobre a realidade da Copa de 2014. A analogia feita das práticas de representação dos acontecimentos pelo jornalismo com as tentativas de decifração do mundo no âmbito da ciência vem a calhar com nossa preocupação constante sobre o grau de pertinência das noções e ideias-chave operadas para desnudamento de determinada problemática em sua singularidade.

■ REFERÊNCIAS

1. BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
2. BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1973.
3. CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.
4. CASTAÑARES, W. **Semiótica y comunicación de massas**. In: EL-MIR, A. J. & VALBUENA, F. Manual de periodismo. Barcelona: Prensa Ibérica, 1995.
5. CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
6. FOER, Franklin. **Como o futebol explica o mundo**: um olhar inesperado sobre a globalização. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
7. GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2010.
8. HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 6^a. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.
9. LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2010.





10. MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda:** a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.
11. MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular:** história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.
12. MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** Lisboa: Inst. Piaget, 1990.
13. RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia.** Petrópolis: Vozes, 2009.

