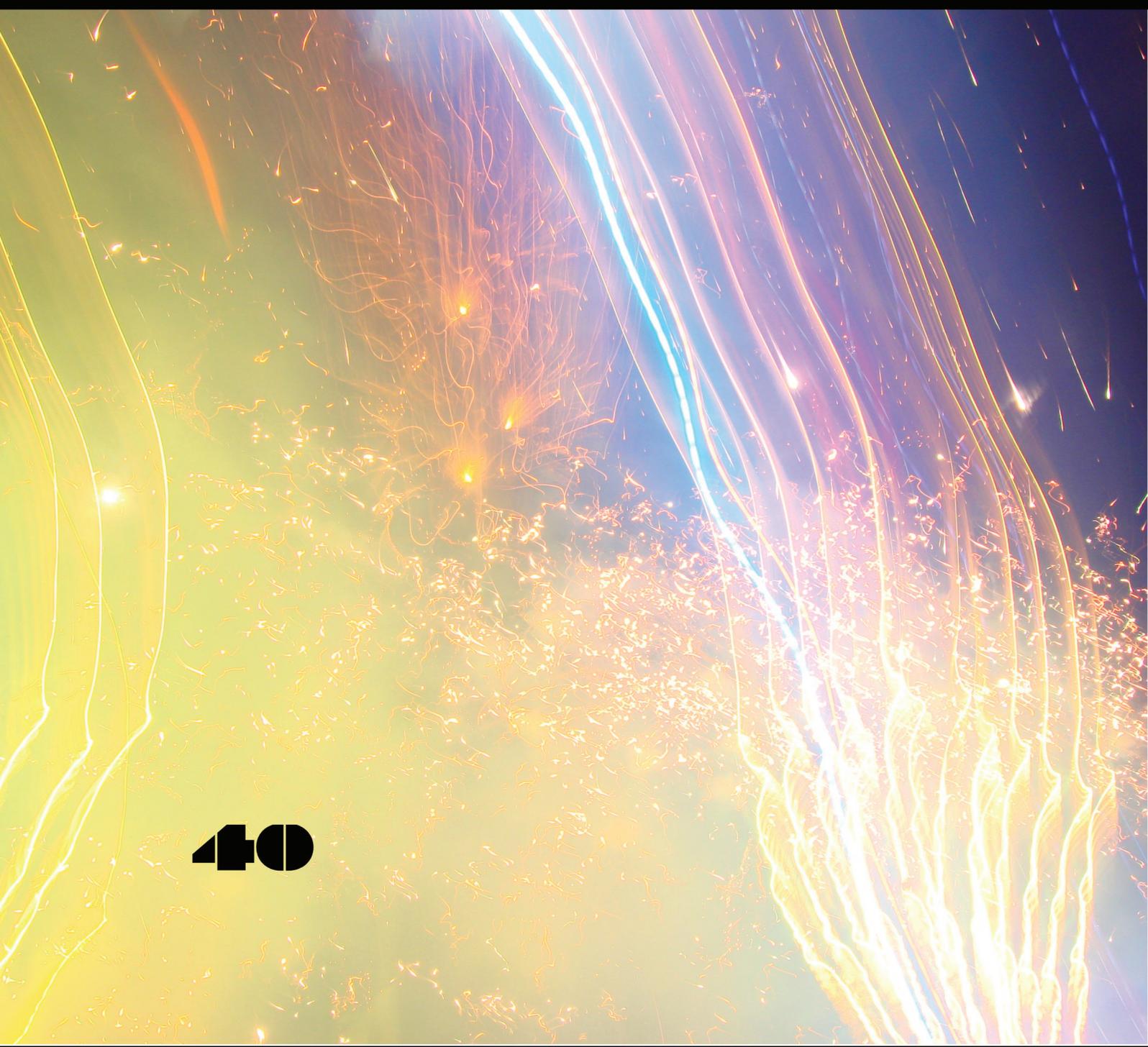


LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj
PPGCOM



40

MEGAEVENTOS

LOGOS

Nº24. 2014

40

Dossiê:
Megaeventos e espaço urbano

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 Logos: Comunicação & Universidade - Vol. 1, N° 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
- Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fabio Mario Iorio

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ricardo Benevides

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

João Luís de Araújo Maia

LOGOS - EDIÇÃO 40, N. 24, V. 1

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITOR CONVIDADO

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas

EDITORA CHEFE

Profa. Dra. Leticia Matheus

EDITORES ASSISTENTES

Alessandra Maia e Flávio Lins

PARECERISTAS DESTE NÚMERO

Ana Lúcia Enne, Carla Rodrigues, Christina Ferraz Musse, Cintia SanMartin Fernandes, Patrícia Rebelo da Silva, e Ricardo Ferreira Freitas

REVISÃO

Juracy Oliveira e Camila Mozzini

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista Logos
A/C Prof. Dr. Vinícius Andrade Pereira (LCI)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2334-0757. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO / EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Adriano Lopes Mendes

CAPA

Felipe Feijó

BOLSISTA DE EXTENSÃO

Ana Clara Alves



Sumário

Apresentação

Ricardo Ferreira Freitas

Dossiê - Megaeventos e espaço urbano

Grandi eventi e ricomposizione dello spazio urbano: per un'agenda di ricerca in una prospettiva geografica

Matteo Bolocan Goldstein, Matteo Bolocan Goldstein, Egidio Dansero e Mirella Loda

Mega Eventi e Città "Globali: le esposizioni Universali e le Città della Cultura

Donatella Strangio

Copa do mundo 2014: para que? E para quem?

Um estudo sobre a percepção do brasileiro sobre os principais objetivos e público-alvo envolvidos no planejamento de um megaevento esportivo

Márcio Oliveira Guerra e Ana Paula Moratori Ferreira

Megaeventos: a alquimia incontrolável da cidade

Ricardo Ferreira Freitas, Flávio Lins e Maria Helena Carmo dos Santos

Mídia e megaeventos esportivos: as cerimônias de abertura dos Jogos Olímpicos de Atenas-1896 a Londres-1948

Fausto Amaro, Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro e Ronaldo Helal

Unfair players, ou "Da copa eu abro mão, quero dinheiro pra saúde e educação": transformações nas formas de torcer/ protestar a partir das reformas dos estádios para a Copa do Mundo 2014

Pedro Silva Marra

Cidade-empresa e megaeventos, uma construção discursiva sobre as cidades

Vania Oliveira Fortuna

A representação da cena urbana do bairro de Itaquera a partir das narrativas dos operários que trabalham na Arena Corinthians

Daniel Sena Serafim

O campo na Urbe: Festa do Peão Boiadeiro e a transformação de Barretos

Paulo Celso da Silva

Espaços urbanos e plateias virtuais: o Youtube e as transmissões de espetáculos ao vivo

Simone Pereira de Sá e Luiza Bittencourt

Temas Livres

Imagem urbana: um olhar antropológico sobre o ambiente londrinense

Sergio Marilson Kulak e Ana Paula Silva Oliveira

Apresentação

Os megaeventos estão em pauta. Por todos os lados das cidades envolvidas, a imprensa e demais atores da sociedade brasileira têm priorizado os megaeventos como notícia e assunto do cotidiano. Fenômeno de comunicação, os megaeventos habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, redesenham a cidade e se inscrevem na vida diária, criando e alimentando uma importante rede de comunicação. A educação, o trânsito, a saúde, a sustentabilidade, a segurança pública – são vários os aspectos da vida urbana que se movimentam em função da sua realização.

Apesar de o homem contemporâneo ter se acostumado a perceber o outro através de telas, como o celular e a televisão, e dentro de novos espaços, como shopping centers e condomínios fechados, ele continua desejando o contato presencial com diferentes pessoas, mesmo que seja de forma efêmera, na qual o espetáculo é um dos ambientes que as une. O fermento social proveniente de ajuntamentos de pessoas de diferentes procedências forma o ambiente para uma nova concepção de comunidade e de esfera pública que predomina nos megaeventos. Ao mesmo tempo, desvenda negócios legais ou escusos que ajudam a economia das cidades-sede a se desenvolverem exponencialmente. Para o bem e para o mal.

Os megaeventos têm mobilizado a sociedade brasileira, tanto em relação às mudanças que as cidades estão sofrendo como também em relação a uma nova pauta de negócios que se estabeleceu a partir da primeira década deste século. Os megaeventos funcionam, ao mesmo tempo, como produtos da indústria do lazer e como argumento político (por parte dos governantes, da FIFA e do COI) para uma possível reestruturação das cidades. No entanto, o que temos visto, muitas vezes, são processos de gentrificação que não resolvem os problemas dos cidadãos no cotidiano urbano. Nesse sentido, os eventos e suas reverberações têm exigido mais atenção das teorias da comunicação e das ciências sociais nos últimos anos, especialmente no Brasil. Ainda há uma certa dificuldade de se encontrar literatura quando tentamos discutir como os eventos interferem nas cidades e como a mídia processa esses acontecimentos.

Este número da revista LOGOS objetiva contribuir com a discussão e conta com a colaboração de pesquisadores internacionais e brasileiros de diferentes áreas de conhecimento como Comunicação, Economia, Geografia e Ciências Sociais. Os artigos versam sobre a organização dos megaeventos e suas influências econômicas e políticas nas cidades. Esta edição também oferece a seção Temas Livres com artigos instigantes sobre as imagens urbanas e as plateias virtuais.

Ricardo Ferreira Freitas

Dossiê

Megaeventos e espaço urbano