

COMUNICAÇÃO E CULTURA
METROPOLITANA

LOGOS

COMUNICAÇÃO E CULTURA METROPOLITANA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832

Logos: comunicação e universidade. - Vol. 1, N° 22 (2005)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação
Social, 2005 -

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

Nival Nunes de Almeida

VICE-REITOR

Ronaldo Martins Lauria

SUB-REITORA DE GRADUAÇÃO

Raquel Marques Vilardi

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Albanita Viana de Oliveira

SUB-REITORA DE EXTENSÃO E CULTURA

Maria Georgina Muniz Washington

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Maricélia Bispo Pereira

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Diretor: João Pedro Dias Vieira

Vice-diretor: Hugo Rodolfo Lovisolo

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Ricardo de Hollanda

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Denise da Costa Oliveira Siqueira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Márcio Souza Gonçalves

LOGOS - EDIÇÃO Nº 22

Logos: Comunicação e Cultura Metropolitana (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.

EDITORES:

Prof. Dr. João Luís de Araújo Maia, Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira e Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas.

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO:

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), *Luiz Felipe Baêta Neves* (Presidente do Conselho Científico), *Danielle Rocha Pitta* (UFPE), *Fátima Quintas* (Fundação Gilberto Freyre), *Henri Pierre Jeudi* (CNRS-França), *Héris Arnt* (UERJ), *Ismar de Oliveira Soares* (USP), *Luis Custódio da Silva* (UFPB), *Márcio Souza Gonçalves* (UERJ), *Michel Maffesoli* (Paris V - Sorbonne), *Nelly de Camargo* (USP), *Nízia Villaça* (UFRJ), *Patrick Tacussel* (Université de Montpellier), *Patrick Wattier* (Université de Strassbourg), *Paulo Pinheiro* (UniRio), *Robert Shields* (Carleton University/Canadá), *Ronaldo Helal* (UERJ) e *Alessandra Aldé* (UERJ).

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA:

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista *Logos*
A/C Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira e Prof. Dr. João Maia
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2587-7829. E-mail: logos@uerj.br

EDITORIAÇÃO: Laboratório de Editoração Eletrônica (LED/FCS/UERJ)

DIAGRAMAÇÃO: Cecília Santos - **CAPA:** Adriana Melo

REVISÃO: João Maia (FCS/UERJ); Luciana Lorensone e Marcelo F. Rodrigues (Comuns/UERJ).

Sumário

APRESENTAÇÃO

Ricardo Ferreira Freitas 09

ARTIGOS

De la consommation sentimentale et sexuelle de masse à l'ère des réseaux... Internet, "marketing amoureux" et "zapping relationnel"

Pascal Lardellier 12

Les nouvelles technologies pour le contrôle de la population pénale

Philippe Ricaud 32

Música na Era das Tribos de Ciberouvintes

Gisela G. S. Castro 45

Da cidade aos meios: as narrativas da violência e o bairro da Barra da Tijuca

Ricardo Ferreira Freitas

Roberta Lessa 59

Lazer, esporte e cultura urbana na transição dos séculos XIX e XX: conexões entre Paris e Rio de Janeiro

Victor Andrade de Melo

Fabio de Faria Peres 75

La "vie Auchan". Reversioni comunitarie dietro le quinte di un ipermercato

Onofrio Romano 93

Cidade, Comunicação e Cultura: a diferença como questão

Fernando Rezende

118

Luz, câmera, cidade: efeitos da aceleração urbana na tela do cinema

Vanessa Paiva

137

O cinema e sua integração na rede midiática

Cristiane Freitas Gutfreind

153

“Seja diferente. Seja você”: Romantismo, Pós-Feminismo e Consumismo nas Páginas da Revista Capricho

João Freire Filho

166

RESENHA

O cosmopolitismo do pobre

Ana Rosa Lattanzi

187

Apresentação

Converse com a cidade e não se espante se, em determinado ponto, a comunicação furtar a cena. Prossiga sem sustos entre as palavras e as coisas da cidade. Em algum momento, simplesmente tente flunar entre ruas, avenidas, becos, monumentos, praças, bares. Será a oportunidade para assistir ao diálogo constante, mutável e infinito entre a cidade e a comunicação. Processo camaleônico: uma se transforma na outra, a cada olhar.

Este número da Revista LOGOS privilegia o diálogo entre a comunicação e a cidade. O cotidiano urbano mais uma vez aparece como um fértil ambiente de estudos e convida ao pensamento sobre as relações entre diferentes aspectos das metrópoles contemporâneas e da comunicação social. Nos textos que compõem esta edição, os atores sociais transitam em percursos diversos. Extrapolam os limites do espaço físico da cidade, deambulam pela Internet, voltam às ruas. Difícil é demarcar o instante exato em que estão em terra ou em rede.

Contando com a colaboração de três pesquisadores europeus, a presente edição também é prestigiada por professores de diferentes universidades brasileiras. Todos eles abordam, com diferentes percepções teóricas, as questões das cidades, da mídia e da recepção. Das prisões aos shoppings, veremos novas noções sobre os enclausuramentos urbanos. Do cinema ao jornalismo, estudaremos as narrativas que se constroem no cotidiano. Das revistas juvenis às tribos dos ciberouvintes, leremos interessantes propostas a respeito dos artefatos midiáticos contemporâneos. Enfim, telas, letras e imagens inscritas nas cidades, e que ao mesmo tempo a representam, são os eixos de discussão dos textos reunidos neste número da LOGOS.

Diversas cidades do Brasil e da Europa são utilizadas como exemplos pelos autores, dando ao debate um valor internacional coerente com a temática tratada e de acordo com o novo perfil da revista. A idéia é propiciar ao leitor uma viagem teórica e acadêmica pelas tendências da comunicação nas cidades sem perder a poesia, mas mantendo um olhar atento aos movimentos contemporâneos.

Ricardo Ferreira Freitas

