



## **O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo o grande palco brasileiro de megaeventos<sup>1</sup>**

Ricardo Ferreira FREITAS<sup>2</sup>

Vania Oliveira FORTUNA<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

### **Resumo**

Este trabalho aborda a especial vocação da cidade do Rio de Janeiro para abrigar megaeventos, oportunidade em que se forma uma rede de comunicação urbana que convida a cidade, a população e o visitante à produção de novos sentidos, seduzidos por uma metrópole que apresenta variedade cultural conjugada à beleza natural. Para entender essa dinâmica, revisitamos a trajetória histórica que desenvolveu tal vocação, a mudança de imagem da cidade após a transferência da capital do país e a busca pela superação. O Rio recuperou sua auto-estima e continua atraindo grandes investidores e produzindo eventos de grande porte, como verificamos nos Jogos Pan-americanos de 2007, evento que elucida este artigo.

**Palavras-chave: Rio de Janeiro; megaeventos; comunicação; sociabilidade.**

### **Introdução**

O Rio de Janeiro continua lindo  
O Rio de Janeiro continua sendo  
O Rio de Janeiro fevereiro e março...  
Alô, Alô Realengo  
Aquele abraço!...  
Alô, torcida do flamengo  
Aquele abraço!...<sup>4</sup>

Abraçar o Rio de Janeiro, bronzear o corpo nas praias tão cantadas em prosa e verso, conhecer o gingado do povo alegre e hospitaleiro, participar de uma “batucada de bamba/ na cadência bonita do samba”<sup>5</sup> e vivenciar a sociabilidade efervescente que vibra a cada drible debochado do jogador até gritar “gol” no Maracanã, é o que o visitante parece querer experimentar pelo menos uma vez na vida na cidade. Homens e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Comunicação e Culturas Urbanas, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Ricardo Ferreira Freitas é professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Pós-doutorado em comunicação pelo CEAQ/Sorbonne (2007), doutorado em sociologia pela Universidade René Descartes-Paris (1993), mestrado em comunicação e cultura pela ECO-UFRJ e graduado em relações públicas pela UERJ. É autor de “Centres commerciaux: îles urbaines de la postmodernité”, L’Hamattan, Paris.

<sup>3</sup> Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ, pós-graduada em comunicação empresarial pela Universidade Cândido Mendes e graduada em jornalismo pela Universidade Estácio de Sá – vaniafortuna@gmail.com

<sup>4</sup> Aquele abraço – composição de Gilberto Gil, 1969.

<sup>5</sup> Na cadência do samba – composição de Ataulfo Alves, Paulo Gesta e Matilde Alves, 1942.



mulheres sonham em conhecer a “moça do corpo dourado do sol de Ipanema”<sup>6</sup> e desejam flertar com o “menino do Rio / calor que provoca arrepio”<sup>7</sup>. Fonte inesgotável de inspiração para apaixonados e críticos de toda ordem, essa metrópole é o nosso ambiente de estudo neste trabalho, que visa refletir sobre uma das suas principais características: a especial vocação para sediar megaeventos que atraem pessoas do mundo todo, oportunidade em que se desenvolve uma rede importante de comunicação urbana.

O Rio de Janeiro é um dos mais importantes palcos de eventos de grande porte em todo o mundo. Pela cidade passam artistas internacionais, campeonatos de diversas modalidades esportivas, além de sediar variados congressos e feiras de diferentes temáticas. Em geral associado ao carnaval e ao réveillon, a cidade recebe milhares de turistas durante todos os meses do ano. No entanto, a imagem de cidade violenta e perigosa se consolida como uma das primeiras características lembradas por turistas estrangeiros e brasileiros. Curiosamente, esse medo não diminui a importância e a grandeza dos megaeventos nela sediados, como pôde ser observado no show dos Rolling Stones, em fevereiro de 2006, em Copacabana. A praia recebeu mais de um milhão de pessoas para assistir ao show sem nenhum caso importante de violência ou agressão. A mídia, contudo, preconizava um quadro de horror e várias matérias foram divulgadas com a intenção de prevenir a platéia sobre a necessidade de estar preparada para o pior. Mas, o pior não aconteceu.

Não fechamos os olhos para as questões sociais da cidade que, assim como outras metrópoles, convive com o aumento da exclusão social, da fome, do desemprego, da população de rua e recentemente com a absurda epidemia de dengue. Mas nossa proposta neste artigo é voltar o olhar para as características que fazem do Rio de Janeiro palco permanente de eventos de diversas naturezas e diferentes tamanhos. Inspirados em Morin, queremos manter o prazer na pesquisa misturando dosadamente os impulsos da paixão com os limites da razão (2004)<sup>8</sup>.

Ao revisitar a trajetória histórica do Rio de Janeiro, percebemos a dinâmica que desenvolveu tal vocação. E apesar da cidade ter passado por situações que transformaram sua imagem, a busca incessante pela superação recuperou sua auto-

---

<sup>6</sup> Garota de Ipanema – composição de Tom Jobim e Vinícius de Moraes, 1959.

<sup>7</sup> Menino do Rio – composição de Caetano Veloso, 1980.

<sup>8</sup> Segundo Morin, “assumir a relação dialógica entre razão e paixão significa guardar sempre a razão como luz, o quer dizer manter a pequena chama da consciência racional até a exaltação da paixão. E viver, sem jamais deixá-lo degradar, um jogo de yin e yang entre razão e paixão, que não somente as mantém ligadas uma à outra, mas onde a excrecência de uma estimula o crescimento da outra.” (2004, p. 153)



estima. A variedade cultural conjugada à beleza natural continua encantando a todos e atraindo olhares de potenciais investidores, especialmente na produção de eventos de grande porte. Para elucidar este artigo, faremos uma breve análise dos Jogos Pan-americanos de 2007.

Fenômeno de comunicação, os megaeventos habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, altera o *status quo* da cidade e atua sobremaneira na vida cotidiana. Por sua vez, o Rio de Janeiro está de braços abertos para abraçá-los, pois essa metrópole sedutora provoca em todos que a conhecem a sensação de que do “Leme ao Pontal / Não há nada igual”<sup>9</sup>.

### **A construção de uma vocação**

Na ótica da recuperação do passado histórico, o ímpeto pós-moderno propõe a coexistência da diversidade. Entretanto, edificações que perderam sentido como expressões do ethos social podem ser novamente simbolizadas. A vivência da cidade processa-se na acomodação entre a recuperação urbana e a invenção da metrópole pelos seus cidadãos. (JAGUARIBE, 1998, p.17)

No século XVIII, o Rio já era o epicentro de uma rede de relações comerciais e uma forte praça comercial e marítima, estruturada em função das atividades portuárias. A cidade se organizou em torno dessa rede de articulação urbana e o Centro do Rio começou a ser povoado. Essa “centralidade” do Rio Colonial é um legado presente no Rio Contemporâneo, pois o bairro abriga o centro “nervoso” financeiro, lojas de grifes famosas, o Saara (área de comércio popular a céu aberto) e recebe diariamente milhares de pessoas, de todos os cantos da cidade, que à noite lotam seus bares e casas de shows.

Com a vinda da corte de D. João VI (1808), o Rio caminhou para ser a capital do país. Concentrou a força política, militar e econômica, bem como os órgãos de cultura e formadores de opinião. O Rio de Janeiro era o “cartão de visita”, a preferência de estrangeiros e migrantes internos que desejavam fixar-se no Brasil.

No final do século XIX, o Rio protagonizou um paradoxo: de um lado, uma cidade extremamente progressista; do outro, uma concentração de misérias herdadas por uma sociedade escravagista. O Rio Imperial (1822-1889) era sujo e infestado de doenças. Os problemas sociais aliados à explosão ferroviária, que provocou a decadência do velho porto, foram os estímulos para a República Velha idealizar um

---

<sup>9</sup> Do Leme ao Pontal – composição de Tim Maia, 1986.



projeto urbanístico que recuperasse a autoconfiança e aumentasse a visibilidade externa – era o Brasil rumo à modernidade do século XX.

A imagem da velha cidade colonial foi apagada pela reforma urbana, promovida pelo então prefeito Pereira Passos (1902-1906), inspirada na reforma parisiense do barão Haussmann. Marco dessa reforma foi a Av. Central (atual Av. Rio Branco) que abrigou símbolos como o Theatro Municipal, a Biblioteca Nacional e o Museu Nacional de Belas Artes. As ruas amplas e iluminadas permitiram novos hábitos e intensa sociabilidade manifestados nos bulevares, cafés, cinemas e teatros. O carioca, sem medo das ruas estreitas e das esquinas escuras, conheceu o prazer de flunar pela cidade. O surgimento do bonde também contribuiu para a mudança de comportamento das pessoas, que puderam se deslocar com facilidade e usufruir mais os espaços públicos, especialmente as praias, a Floresta da Tijuca, a Quinta da Boa Vista. Para Janice Caiafa:

o transporte coletivo é um grande agente dos desafios da cidade porque constrói acesso aos lugares e pode criar em seu meio mesmo um tipo de ocupação coletiva do espaço urbano. A ocupação do espaço em movimento, quando nos transportamos coletivamente envolve também um confronto com desconhecidos (...) o transporte coletivo reúne à sua maneira desconhecidos e dispersa a população, realizando por si só uma abertura. (2007, p.119)

A nova concepção do espaço urbano que modernizou o cotidiano, conforme afirma Jaguaribe, não “propiciou, de imediato, o surgimento de novas formas de representação urbana. Entretanto, foi na zona dos resíduos do passado e na tentativa de definição do futuro que se operaram as novas sensibilidades”. (Op. Cit., p.14)

O orgulho de sentir-se inserido no mundo moderno incentivou a cidade a produzir a primeira Exposição Internacional<sup>10</sup> (ou Universal) do Brasil, em 1922, para comemorar o centenário da independência. O evento deixou legados importantes como o prédio da Academia Brasileira de Letras, o Hotel Glória e o Hotel Copacabana Palace.

O futebol e a música são alguns dos protagonistas responsáveis pela projeção do Brasil no exterior. Em 1933, Noel Rosa já se consagrava símbolo da boemia carioca e sentado na mesa de um bar nos encantava afirmando que “lá em Vila Isabel quem é bacharel não tem medo de bamba / São Paulo dá café / Minas dá leite / e a Vila Isabel

---

<sup>10</sup> As Exposições Universais foram eventos de grande porte que marcaram a Modernidade. Idealizadas em função do livre comércio, transformaram-se num grande espetáculo cultural e comunicacional que deixou legados importantes. A primeira exposição internacional da indústria, do comércio e das artes – a primeira Exposição Universal – realizou-se em Londres, em 1851, reunindo as inovações da ciência, tecnologia e produtos de consumo de massa. O sucesso desses eventos promoveu a realização de várias outras Exposições Universais, em diferentes países.



dá samba”<sup>11</sup>. O mestiço, a favela e o samba foram valorizados e ganharam visibilidade. O popular entrou em cena mostrando que para sobreviver aos desafios urbanos “os menos favorecidos” se apropriam dos costumes da “elite” e criativamente lhe atribuem novos significados, pois “o povo não rejeita a estética do objeto industrial. Pelo contrário: converte-o em obra de arte com significação estética”. (LESSA, 2000, p.218)

Entre os anos 1920 e 1960 o Rio acumulou prestígio e visibilidade. O Brasil e o mundo se renderam ao charme de “Copacabana / princesinha do mar / pelas manhãs tu és a vida a cantar / e à tardinha o sol poente / deixa sempre uma saudade na gente”<sup>12</sup>. A praia transformou-se em ícone do Rio de Janeiro.

Copacabana foi o primeiro cenário em que os trajes sofisticados circulavam ao lado dos trajes despojados do banho de mar. O bairro transformou o imaginário urbano e atribuiu novo sentido ao “ser carioca”. Surgiu um carioca mais descontraído, liberto das correntes do paradigma francês, aberto, como aberta era a sua cidade à diversidade cultural. O povo generoso que se preocupava com as relações interpessoais assumiu a fama de hospitaleiro e conquistou o mundo – era o Rio construindo sua própria identidade e despindo-se da roupagem pesada de Paris dos Trópicos para ser “simplesmente o Rio”. (Ibid., p. 263)

Em Copacabana também nasceu a bossa-nova, mais um som que fez crescer a visibilidade do Rio quando apresentou Ipanema ao mundo. Consagraram-se Tom Jobim, João Gilberto, Vinícius de Moraes e Nara Leão. Tom, como todos aqueles que avistam o Rio pela janela do avião, pensava “minha alma canta / vejo o Rio de Janeiro / estou morrendo de saudade / Rio teu mar praias sem fim / Rio você foi feito pra mim”<sup>13</sup>. Entretanto, o avião de poesia e *glamour* das décadas douradas passaria por fortes turbulências nas décadas seguintes.

### **“Levanta, sacode a poeira e dá a volta por cima”<sup>14</sup>: as manifestações para superar a imagem negativa e recuperar a auto-estima**

No turbilhão da crise das últimas décadas, a imagem do Rio foi evanescente, interativamente ligada à erosão da auto-estima brasileira. O Rio deu seu primeiro passo para a sua desconstrução simbólica com a perda da função-capital. Continuou, entretanto, a ser a cidade-espetáculo, observada pelos demais brasileiros. (Ibid., p. 417)

---

<sup>11</sup> Feitiço da Vila – composição de Noel Rosa e Vadico, 1933.

<sup>12</sup> Copacabana – composição de Braguinha e Alberto Ribeiro, 1944.

<sup>13</sup> Samba do Avião – composição de Tom Jobim, 1962.

<sup>14</sup> Volta por cima – composição de Paulo Vanzolini, 1962.



Em 1960 Brasília era a nova capital do país. Com a transferência, a “Cidade Maravilhosa” progressivamente perdeu prestígio. São Paulo a superou no desenvolvimento industrial, acumulou riqueza e recebeu sedes de grandes empresas, companhias aéreas e bancos que até então se localizavam no Rio. As empresas de comunicação seguiram seus clientes e foram para a metrópole paulista. A agricultura também declinou e não conseguia abastecer o mercado carioca, além de reduzir as exportações.

A fusão da Guanabara com o Rio de Janeiro, determinada por um governo autoritário, instituiu poderes bem mais limitados, próprios de município. As sucessivas crises econômicas oriundas do governo federal, a escalada do desemprego, a saúde dos hospitais públicos entrando em coma e o aumento da violência, estigma agravado pela dramatização na mídia, diminuíram a auto-estima da cidade, que não se reconhecia mais tão maravilhosa.

O caos do sistema de transporte de massa, que nos assombra até hoje, contribuiu sobremaneira para a favelização dos morros, pois, para driblar as adversidades da vida, as favelas passaram a concentrar a população de baixa renda que precisava morar perto do trabalho e os migrantes de outros estados. A reforma urbana de Pereira Passos expulsou as pessoas pobres do Centro do Rio em direção ao subúrbio e morros cariocas. Apesar disso, Canclini afirma que as cidades latino-americanas moldadas por modelos europeus, especialmente espanhóis e portugueses, foram integradoras, pois mesmo com “uma separação entre bairros ricos e pobres, centro e periferia, fomentaram a convivência interétnica. Foi um modo desigual, mas, em geral, menos segregador, de articular o local com o proveniente de outras partes da nação e de outras nações” (2003, p.154).

Com o passar dos anos, o Rio assistiu o seu carnaval de rua se desintegrar. A princesinha do mar teve seu brilho ofuscado pela desvalorização do bairro em virtude da superlotação, com muitos prédios transformados em comércio e pequenas indústrias, ruas congestionadas pelo trânsito intenso e grande oferta de comércio sexual. O Centro do Rio, testemunha da história do Brasil, entrou em decadência, assim como o seu porto. Prédios antigos foram abandonados e a falta de estacionamento também contribuiu para que empresas e comércio se mudassem para bairros mais acessíveis.

Para minimizar os problemas com o tráfego para a Zona Sul, o governo construiu, na década de 50, a última e maior etapa do Aterro do Flamengo, que se tornaria um dos cartões postais do Rio. Apesar do cenário preocupante, a cidade resistiu



e criou mecanismos de sobrevivência, continuando com o seu crescimento urbano. A partir dos anos 80, sinais de recuperação foram avistados. O transporte de massa, porém, continua sendo (não só para o Rio) um grande problema, chegando a ser citado pelo presidente Lula como “o maior dos desafios do governo para receber a Copa do Mundo de 2.014”<sup>15</sup>.

O Rio foi superando as dificuldades buscando não se afastar da sua maior vocação: ser um extrovertido centro produtor e difusor cultural. O projeto Corredor Cultural restaurou os casarios e multiplicou os centros culturais, como o Centro Cultural Banco do Brasil, a Casa França-Brasil, o Paço Imperial, entre outros. O porto e seu entorno também será revitalizado até 2.010 e promete melhorias nas atividades portuárias, criação de rodovias, ampliação da malha rodoviária, um pólo gastronômico e área de lazer.

O comércio do Centro do Rio resistiu e o Saara continua atraindo milhares de pessoas em busca de bons preços para roupas, jóias, material de construção e ferramentas. Grifes famosas que tinham lojas somente em shopping centers também foram atraídas pela clientela eclética do Centro.

Inúmeras universidades instalaram-se em prédios ocupados anteriormente somente por escritórios, presenteando o Centro do Rio com um novo público: jovens que transitam desde as primeiras horas da manhã até o fim da noite, jovens estes que contribuíram para reanimar a vida noturna.

O renascer da boemia no Centro do Rio produziu novos sentidos à cidade. Com os bairros pitorescos revitalizados, o botequim foi recriado com toques de sofisticação para atender novos grupos sociais, mas preservou o antigo conceito de deixar o cliente à vontade batendo um papo com os amigos, saboreando um tira-gosto e um chope estupidamente gelado. Atualmente o melhor exemplo desse novo cenário da vida noturna carioca é a Lapa, *point* que congrega jovens de todas as idades e turistas que se divertem ao som dos bambas do samba de roda e do choro.

A cidade está redescobrendo o carnaval fora do Sambódromo e longe do luxo das fantasias espetaculares das escolas de samba. Multiplicaram-se os blocos de rua, arrastando milhares de foliões com fantasias improvisadas e cantando antigas e deliciosas marchinhas. O espaço público está sendo reocupado para a prática daquela

---

<sup>15</sup> Entrevista veiculada no Jornal Nacional no dia 31 de outubro de 2007, um dia após o pronunciamento oficial que determinou o Brasil sede da Copa de 2014.



que o carioca considera sua manifestação mais popular, o carnaval. E é essa paixão pelo espaço público que faz o carioca fazer da rua uma extensão da sua casa. Os moradores dos subúrbios continuam colocando suas cadeiras nas ruas para conversar com os vizinhos, organizam churrascos coletivos para assistir às finais dos campeonatos esportivos, mantêm vivas as tradições dos grupos fantasiados de Clóvis no carnaval e festas juninas com animadas quadrilhas, pois, segundo Lessa, “a rua do Rio foi sempre o espaço de ‘socialização’ que a casa do pobre não pôde conter”. (Op. Cit., p.17)

Apesar do estigma de cidade violenta, alimentado por informações impregnadas de dramatização do real, a população do Rio desafia a violência urbana lotando as praias e seus calçadões, os parques, os quiosques da Lagoa Rodrigo de Freitas, os bares das Zonas Sul e Norte, pois “o carioca não tem medo da multidão, tem medo, sim, da praça vazia”. (Ibid., p.17)

Ao revisitar a história do Rio de Janeiro procuramos compreender a construção da vocação da cidade “para produzir uma cultura popular extrovertida”. Para nosso interesse específico neste trabalho, sua consagração como palco de megaeventos. Acreditamos, como Lessa, “que o povo do Rio é mobilizável por qualquer evento, especialmente se lúdico e com potencial de alegria”. (Ibid., p.17).

Reconhecemos que a mudança de imagem que se imprimiu no Rio de Janeiro e no imaginário da metrópole nas décadas passadas ergueu barreiras difíceis de serem ultrapassadas (pelo menos a curto prazo), mas as manifestações que movimentaram a cultura urbana pressupõem que a superação é reinventada diariamente pela cidade.

### **“Calçada cheia de gente a passar e a me ver passar / Rio de Janeiro, gosto de você”<sup>16</sup>: o grande palco brasileiro de megaeventos**

Penso nas raças convivendo nos outdoors da Benetton; nas melodias flamencas, italianas, inglesas e de sociedades não-européias que “superam” suas diferenças locais nas turnês dos três tenores; nas exposições universais, nos espetáculos olímpicos e nas festas esportivas que “irmanam os povos” e oferecem ao mundo versões simplificadas do diverso e do múltiplo. (CANCLINI, 2003, p.184)

Os grandes eventos fazem parte da história da humanidade. Dos registros mais remotos até os dias de hoje, encontramos dados sobre volumosos ajuntamentos de pessoas em torno de esportes, artes, política, com, obviamente, a ética e a estética próprias de cada época. Os teatros de Atenas construídos séculos antes da era cristã já bem demonstravam a relevância do espetáculo na vida dos cidadãos. Entre as

---

<sup>16</sup> Valsa de uma cidade – composição de Ismael Neto e Antonio Maria.



atividades mais frequentadas, os jogos públicos faziam parte desse imaginário no qual a multidão é condição fundamental para a existência do evento. Em Roma, por sua vez, especialmente nos primeiros séculos DC, os jogos também constituíam parte das celebrações religiosas, aniversários, funerais, e aconteciam em teatros, anfiteatros e circos.

Na Idade Média, os ajuntamentos humanos tomaram grande vulto em nome da religião; momento em que as Igrejas se proliferaram e se consolidaram como importante equipamento das cidades, servindo, inclusive, a reuniões artísticas e políticas. No Renascimento e na Modernidade, a influência religiosa ainda permeou os grandes eventos, contando, no entanto, com técnicas de reprodução que redimensionariam a idéia de público e de multidão (TARDE, 1989, p. 35). Na primeira metade do século XX, a radiodifusão facilitou a transmissão ao vivo de uma série de acontecimentos. A televisão, anos mais tarde, revolucionou de vez esse imaginário e se inseriu na vida dos cidadãos em todo o mundo. A partir de então, campeonatos, shows e até missas espetaculares podem ser assistidos ao vivo ou em VT, espalhando, assim, a noção de interculturalidade pelas mais diversas regiões do planeta.

Na contemporaneidade, um emaranhado de novas tecnologias habita e, muitas vezes, constitui a rede de comunicações em que se baseia o evento, sendo, em alguns casos, essa rede mais importante que o próprio certame em questão. Horários e locais são escolhidos em função da possibilidade de midiatização do acontecimento, por exemplo. Quanto mais infra-estrutura de comunicação tiver uma cidade, mais eventos ela receberá. Não raramente, os eventos são vistos tanto por empresários quanto por atletas e artistas como uma grande oportunidade de dar visibilidade a seu negócio, tornando o espetáculo, assim, mais significativo que a própria atividade em si.

No caso do Rio de Janeiro, o fermento social proveniente de multidões de pessoas de diferentes procedências e camadas forma o ambiente para uma nova concepção de comunidade e de esfera pública que predomina nos megaeventos, como bem exemplificam o réveillon e o carnaval cariocas. Mas, na verdade, o imaginário comunitário que acontece nesses ambientes públicos especiais favorece o instante vivido, pouco importando o empobrecimento das trocas simbólicas em nível político.

A força de trabalho que se desenvolve e o incremento financeiro que a cidade recebe são aspectos relevantes quando da realização de megaeventos. Em 2007, aproximadamente dois milhões de pessoas participaram do réveillon no Rio de



Janeiro, cuja maior concentração (como em todos os anos) foi na praia de Copacabana. A cidade recebeu 600 mil turistas que geraram receita de US\$ 435 milhões. A taxa de ocupação hoteleira foi de 93%<sup>17</sup>. Anualmente o evento oferece em suas praias um espetáculo de queima de fogos que encanta a todos que renovam suas esperanças no ano que se inicia.

O carnaval carioca em 2008 recebeu cerca de 700 mil turistas que deixaram na cidade perto de US\$ 500 milhões. A rede hoteleira comemorou a ocupação de 82,89%. Este evento foi responsável pela geração de, aproximadamente, 850 mil postos de trabalho direto e indireto<sup>18</sup>.

O réveillon e o carnaval cariocas privilegiam uma impressionante pluralidade de imagens motivando a construção de redes de comunicação nas quais cada ator representa vários personagens ao mesmo tempo. Poderia-se arriscar a falar de um certo "narcisismo coletivo" - "reconhecemo-nos no outro, a partir do outro" (MAFFESOLI, 1990, p. 35) - que se pulveriza entre os públicos do carnaval e do reveillon no Rio de Janeiro, mas, sobretudo, através das máscaras e de todo o "*aparatus aestheticus*" da pós-modernidade.

Saindo do universo dos eventos de grande porte que fazem parte do calendário oficial da cidade do Rio de Janeiro, podemos observar que outras propostas também funcionam como uma tentativa de intervenção, ou melhor, operação, na história da sociedade. Quando empresários ou acadêmicos planejam produzir um grande evento, eles desejam marcar de alguma maneira o pensamento ou a prática de determinada área de conhecimento ou de negócios. Um evento bem sucedido, seja ele de pequeno, médio ou grande porte, marcará um divisor de águas no campo de estudos ou trabalho para o qual foi planejado. Ao pensarmos em megaeventos, percebemos que, em geral, eles se inscrevem definitivamente na história da cidade na qual acontecem, alterando seu *status quo*. No Brasil, no entanto, notamos em inúmeros casos que as cidades são “maquiadas” para receber esses acontecimentos e não efetivamente adaptadas para que aquela atividade traduza algo da cultura local ou passe a fazer parte dela.

(...) em 1992, quando o Rio de Janeiro sediou a Conferência Mundial para Meio Ambiente (ECO-92), foi promovido um grande processo de intervenção

---

<sup>17</sup> <http://www.governo.rj.gov.br> e <http://www.rio.rj.gov.br> (pesquisa em 05/06/2008).

<sup>18</sup> <http://www.governo.rj.gov.br> e <http://www.rio.rj.gov.br> (pesquisa em 05/06/2008).



urbana. Mais tarde, confirmou-se o que alguns setores críticos já denunciavam naquele momento: a maior parte das mudanças aconteceu nas zonas mais ricas da cidade, a fim de agradar os olhos de turistas e chefes de estado estrangeiros. As reformas foram feitas apressadamente e com material de baixa qualidade, que logo se desgastou. (MELO e PERES, 2005, p. 90).

Esse apontamento que destacamos de Victor Melo e Fábio Peres mostra o quão importante é não comprometer a cidade e a atividade a ser explorada com promessas que envolvam a qualidade de vida da população, estabelecendo, assim, expectativas falaciosas de melhorias duradouras nos espaços urbanos. Em um mundo em que os eventos dos mais diversos tamanhos se banalizam, devemos comemorar o aumento de mercado de trabalho para os profissionais envolvidos sem perder de vista as dimensões éticas de cada área.

O turismo desponta como um dos mais importantes mercados da contemporaneidade em todo o mundo. A facilidade no deslocamento, a melhoria na infra-estrutura de aeroportos e equipamentos urbanos, a inclusão da Terceira Idade no consumo formal e voluntário, além de outras questões ligadas às novas tecnologias, fazem com que as atividades turísticas cresçam e representem importante fonte de renda para alguns países. Cidades como Madri, Paris e Rio de Janeiro, por exemplo, teriam boa parte de seus orçamentos comprometida se acontecesse algo que abalasse severamente a imagem ou os serviços turísticos oferecidos.

O Brasil, apesar de ter tido o privilégio de sediar uma Copa em 1950, passou a valorizar mais o turismo, enquanto negócio, com formação de profissionais e sofisticação de seus serviços há poucos anos. Com o crescimento importante do número de turistas, as cidades brasileiras se consolidam como palco de importantes atividades artísticas, torneios esportivos, congressos acadêmicos, fóruns políticos e encontros empresariais.

Em 2007, mais de cinco milhões de turistas estrangeiros vieram ao Brasil, movimentando mais de quatro bilhões de dólares<sup>19</sup>. O Rio de Janeiro lidera amplamente a lista das principais cidades brasileiras visitadas pelos turistas estrangeiros, com uma média de 40% de preferência nos últimos anos. Não é à toa que a cidade possui um dos mais expressivos conjuntos de equipamentos e serviços turísticos cadastrados na EMBRATUR (agências de turismo, meios de hospedagem, transportadoras e organizadoras de eventos). Trata-se de uma metrópole que mistura

---

<sup>19</sup> <http://www.governo.rj.gov.br> (pesquisa em 05/06/2008).



ecoturismo, turismo urbano, consumo e boa infra-estrutura para pequenas, médias e grandes platéias.

Essas características fazem com que o Rio de Janeiro seja palco permanente para eventos de diversas naturezas e de diferentes tamanhos. A cidade, aliás, conta com uma especial vocação para abrigar megaeventos, como pudemos comprovar com os Jogos Pan-americanos de 2007. Com uma população estimada em 2007, segundo o IBGE<sup>20</sup>, em mais de seis milhões de habitantes, o Rio de Janeiro apresenta uma variedade cultural que, conjugada à sua beleza natural, faz com que paire em seus bairros uma alegria que encanta os visitantes, superando o argumento de cidade violenta tão cultivado pela mídia. Conforme Jaguaribe,

os cartões-postais cariocas ainda repetem as confluências de natureza e cultura, cidade e topografia natural, cultura popular e exuberância tropical. Se tais imagens são clichês, no sentido de perpetuarem como totalizações míticas certas feições que só parcialmente encobrem as multiplicidades urbanas e o espectro da violência, isso não cancela o poder de síntese que elas contêm. (Op. Cit., p.171)

O Rio continua atraindo novos e determinantes investimentos do mercado publicitário, especialmente na produção de megaeventos. Prova disso é que a ABC<sup>21</sup> - um dos maiores grupos de publicidade do Brasil - está transferindo sua sede para a cidade. Em 2008, esta holding, com receita de R\$ 400 milhões, vai produzir, entre outros, um evento de moda orçado em R\$ 10 milhões e uma corrida de Stock Car que pagará ao vencedor um prêmio de US\$1 milhão. Nesse sentido, pretende-se “atrair a imprensa e os compradores internacionais e aproveitar para promover o Rio, com festas, encontros de negócios, shows, filmes e exposições”. (Nizan Guanaes – publicitário e sócio da ABC)

Essa atmosfera favorável à recepção de grandes eventos foi consolidada com os Jogos Pan-Americanos de 2007. Considerado o maior evento realizado no Brasil desde 1963, quando houve o Pan em São Paulo, essa edição teve uma gestão complexa. O evento gastou muito além do que fora orçado no projeto, sendo necessárias várias injeções de investimento pelos governos federal, estadual e municipal. Aliás, a união das esferas governamentais visando um único objetivo é mais uma característica importante dessa rede de comunicação, pois o que percebemos cotidianamente é um

---

<sup>20</sup> <http://www.ibge.gov.br/cidadesat> (pesquisa em 26/05/2008).

<sup>21</sup> Entrevista de Nizan Guanaes veiculada na Revista O Globo – ano 4 – nº 173 – pg. 28 a 33. A ABC atua em três áreas: agências de propaganda (África, DM9DDB, MPM e Loducca) e conteúdo (entretenimento de um modo geral). Tem como sócios o banco Icatu e o fundo de investimentos Gávea, do ex-presidente do Banco Central Armínio Fraga. A agência tem 11 clientes, entre eles Brahma, Itaú, Philips, Mitsubishi e Vale do Rio Doce.



total desencontro de interesses entre as partes que, muitas vezes, afeta negativamente a cidade e a população.

Em julho de 2007, o espaço urbano foi melhor organizado pela implementação de estratégias e intervenções especiais focadas, entre outros, no transporte, na saúde e, especialmente, na segurança pública. Tais ações foram amplamente divulgadas pela imprensa, conforme pudemos constatar nas chamadas do jornal O Globo do dia 8 “O Rio que o carioca sempre quis viver: Pan cria expectativa de ruas mais seguras e alegres, pelo menos enquanto jogos durarem”, e no dia 13 (abertura oficial do jogos) “Rio de Janeiro, gosto de você”. A busca pela credibilidade da cidade e a legitimação da atuação dos órgãos públicos permearam a cobertura majoritária da imprensa no mês do Pan.<sup>22</sup>

A população e os turistas lotaram as competições e as ruas, desfrutando de uma sociabilidade desenvolvida especialmente em momentos festivos cujo “caráter é determinado por qualidades pessoais tais como amabilidade, refinamento, cordialidade e muitas outras fontes de atração” (SIMMEL, 1983, p.170). Podemos afirmar que seu alvo é a confraternização - é o sucesso do momento sociável. Sob o mesmo viés, Maffesoli chama esse momento sociável de lógica da fusão. O autor afirma que se de um lado está o social, que tem estratégia e finalidade próprias, do outro está a fusão da comunidade, “a massa em que se cristalizam as agregações de toda ordem, tênues, efêmeras, de contornos indefinidos” (2006, p.127).

O ambiente pacífico manifestado pelo clima de festa conjugado às estratégias de segurança pública reduziram em 60% o índice de criminalidade no mês de julho de 2007. O megaevento deixou para esta área R\$ 400 milhões em equipamentos, aproximadamente, como 1.768 veículos novos, um investimento de R\$ 100 milhões e 800 câmeras que custaram R\$ 161 milhões. Nas obras realizadas ou reformadas (como a do Maracanã), também percebemos o legado social, que somente para a construção da Vila-Olímpica criou mais de 8 mil empregos diretos e indiretos, além de contratações permanentes e temporárias para suportar a demanda nos serviços ligados ao turismo.<sup>23</sup>

A organização dos Jogos Pan-Americanos foi considerada, de uma maneira geral, bem-sucedida, alavancando para o Brasil a confirmação de país-sede da Copa do

---

<sup>22</sup> Jogos Pan-Americanos de 2007: um breve estudo da cobertura do jornal O Globo sobre a violência urbana na cidade do Rio de Janeiro - Trabalho apresentado por Vania Oliveira Fortuna no GT- Mediações e Interfaces Comunicacionais do inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>23</sup> <http://www.brasilnopan.com.br> (pesquisa em 06/06/2008).



Mundo de Futebol de 2014. A notícia foi comemorada por brasileiros e governantes, mas o presidente Lula reconhece que grandes desafios estão por vir, sobretudo no transporte. Ainda sob o efeito Pan, o Rio de Janeiro está entre as quatro finalistas para sediar os Jogos Olímpicos de 2016. A cidade deverá apresentar um projeto para a redução substancial da violência urbana, dos problemas com transporte e meio ambiente, além de melhorias na infra-estrutura hoteleira.

As indagações a respeito de megaeventos tornam-se cada vez mais importantes para as ciências da comunicação. Apesar de o homem contemporâneo ter se acostumado a perceber o outro através de máquinas (telefone, televisão, Internet) e dentro de novos espaços (shopping centers, condomínios fechados, centros empresariais), ele continua querendo ou precisando viver em contato direto com diferentes pessoas, mesmo que seja de forma efêmera, na qual o espetáculo é um dos elementos ou dos ambientes que as une. A cidade, por sua vez, revela-se o campo de estudo ideal, pois é ela o cenário mutante desse fenômeno de comunicação.

### **Considerações finais**

Estudar megaeventos contemporâneos realizados em metrópoles é um desafio que nos seduz. Acreditamos na relevância das pesquisas sobre esse tipo de intervenção que altera sobremaneira o cotidiano da população e da cidade onde são realizados, estabelecendo uma rede de comunicação urbana criada especialmente para esse momento.

Ao analisar os eventos recreativos e culturais da cidade do México, Canclini também aborda essa questão. Para ele, as tradicionais festas santas para milhares de visitantes não são incompatíveis com as rodovias e avenidas expressas nem com a presença de edifícios inteligentes que transmitem imaginários pós-modernos. (Op. Cit., p.159) Ao contrário, conjugadas às grandes manifestações políticas e aos mega-espetáculos esportivos, essas festas santas fazem parte da efervescência da cidade que tem na dialética tradição/industrialização uma de suas marcas mais importantes, exercendo especial fascínio nos visitantes.

Escolhemos o Rio de Janeiro como ambiente do nosso estudo, visto que é um dos principais palcos de eventos de grande porte em todo o mundo. Frequentemente associada ao carnaval e ao réveillon, a cidade, que é a mais visitada por turistas no Brasil, abriga campeonatos esportivos, shows internacionais, variados congressos e feiras. Este artigo pode parecer ter um tom ufanista. Na verdade, o amor dos autores



pela cidade é inegável e, por isso, recorremos a Edgar Morin logo no início do artigo para situarmos nossa paixão pela cidade em tom acadêmico. Esses perigos que cercam os limites entre paixão e razão, experiência e método, esperança e probabilidade, são fascinantes a nossos olhos. Queremos correr o risco. Ao propor a cidade do Rio de Janeiro como objeto de estudo, comprometemo-nos com a isenção, mas não nos negamos a declarar nosso amor por ela.

### **Referências bibliográficas**

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. São Paulo, Iluminuras, 2003.

FREITAS, Ricardo F. (org.) **Desafios contemporâneos em comunicação**. São Paulo, Summus Editorial, 2002.

JAGUARIBE, Beatriz. **Fins de século: cidade e cultura no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, Ed. Rocco, 1998.

KUNSCH, Margarida (org.) **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo, Pioneira, 1997.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os Brasis**. Rio de Janeiro, Record, 2000.

MAFFESOLI, Michel. **Au creux des apparences: pour une éthique de l'esthétique**. Paris, Plon, 1990.

\_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

MELO, Victor Andrade e PERES, Fábio de Faria. **Espaço, lazer e política: desigualdades na distribuição de equipamentos culturais na cidade do Rio de Janeiro**. In: FREITAS, Ricardo e NACIF, Rafael. *Destinos da cidade*. Rio de Janeiro, EDUERJ, 2005.

MORIN, Edgar. **La méthode - 6. Ethique**. Paris, Editions du Seuil, 2004.

SIMMEL, Georg; Moraes Filho, Evaristo de.(org). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

TARDE, Gabriel. **L'opinion et la foule**. Paris, PUF, 1989.