

Feliz Ano Novo: mudanças nas narrativas jornalísticas sobre a violência no Réveillon do Rio de Janeiro¹

Ricardo Ferreira FREITAS²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ

Vania Oliveira FORTUNA³

Universidade Federal Fluminense, UFF

Roberto Vilela ELIAS⁴

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ

Resumo

Este artigo investiga as representações construídas sobre o Rio de Janeiro enquanto cidade-sede de megaeventos, o que demanda uma nova ordem urbana, alvo da cobertura cotidiana dos meios de comunicação. As narrativas conferem representações à cidade, reinventando-a a partir de relatos que se colocam à disposição de tensões entre o espaço público e o espaço da mídia. Para ilustrar nossos estudos, vamos analisar as manchetes do jornal O Globo sobre o Réveillon carioca antes e depois da escolha da cidade para sediar a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Seleccionamos as manchetes publicadas entre 2006 e 2011, no intervalo de 20/12 a 5/1, que abordam os preparativos da cidade para a passagem de ano, a noite da virada em si e, posteriormente, o seu desdobramento.

Palavras-chave

comunicação; cidade; mídia impressa; reveillon; violência

Introdução

O Rio de Janeiro encontra-se atravessado por uma onda gigantesca chamada megaeventos, cenário que merece ser problematizado quando tecido por narrativas que formam representações e imaginários. Tais efervescências sociais cada vez mais se

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor associado 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. rfreitas@uerj.br

³ Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Veiga de Almeida. Doutoranda em Comunicação pela UFF, Mestrado em Comunicação pela UERJ, Especialização em Comunicação Empresarial pela Universidade Candido Mendes e graduada em Jornalismo pela Universidade Estácio de Sá. vaniafortuna@gmail.com

⁴ Mestrando em comunicação pela UERJ, Especialização em Política e Planejamento Urbano pelo IPPUR/UFRJ, e graduado em Ciências Sociais pela UFRJ. robertovilela@globo.com

imprimem no cotidiano carioca, agendando uma nova ordem urbana. Vivemos um momento de reinvenção da imagem da cidade, potencializado pelas discussões que se estabelecem no espaço midiático, que produzem novos sentidos, novas formas de perceber e experimentar a cidade.

Os preparativos para a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 são observados por diferentes instâncias. Inúmeras obras para a melhoria da infraestrutura se espalham pela cidade. Como parte da vasta agenda de modificações urbanas, encontramos a revitalização do porto do Rio de Janeiro – projeto Porto Maravilha -, além de uma das mais emblemáticas ações de segurança pública, a instalação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) em várias favelas cariocas. Entre os empreendimentos específicos para os megaeventos de 2014 e 2016, temos a reforma dos equipamentos esportivos construídos para os Jogos Pan-Americanos, do Maracanã, e a construção da Vila Olímpica. O transporte, a arquitetura, a segurança pública, a saúde – todos os aspectos da vida urbana se movimentam durante os preparativos e a efetiva realização. Os discursos conferem representações à cidade, que é reinventada e redimensionada a partir de relatos que se colocam à disposição de tensões que se imprimem entre o espaço público e o espaço da mídia. Essas interações discursivas geram imaginários sobre uma cidade que se quer ideal, global, como espetáculo a ser consumido.

As narrativas sobre a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos tecem uma nova imagem do Rio de Janeiro, visto que “esses eventos internacionais revelam desejos por uma cidade ideal, espetáculos da modernidade e imaginários midiáticos” (JAGUARIBE, 2011, p. 1). Jaguaribe afirma que estamos num processo inevitável de *branding*, onde estratégias midiáticas vendem uma imagem da cidade para que ela possa captar investimentos e turismo. A cidade como narrativa se escreve coletivamente. Ela é reinventada a partir dos relatos. Manifestações opostas se inscrevem e se desdobram na imensa arena metropolitana, atribuindo diferentes significações aos espaços urbanos.

Os megaeventos mais representativos da marca “cidade maravilhosa” são o carnaval e o *réveillon*, duas festas populares transformadas pela prefeitura em shows espetaculares, a fim de movimentar o setor turístico. Para ilustrar nossa hipótese de que a imagem do Rio de Janeiro está sendo redimensionada por diferentes instâncias e que esse processo foi desencadeado há alguns anos, especialmente pelas narrativas midiáticas, vamos analisar as manchetes do jornal *O Globo* sobre o *réveillon* carioca antes e depois da escolha da cidade para sediar a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Selecionamos as

manchetes publicadas entre 2006 e 2011, no intervalo de 20/12 a 5/1, que abordam os preparativos da cidade para a passagem de ano, a noite da virada em si e, posteriormente, o seu desdobramento. Optamos por começar nossa análise pelo ano de 2006 porque entre os dias 27 e 31 de dezembro, traficantes realizaram uma série de ataques pela cidade contra alvos da polícia, incendiaram ônibus e jogaram bombas em prédios públicos. Esse episódio foi intitulado pelo *O Globo* como “A Guerra do Rio”. Ao longo dos outros anos, a alcunha se transforma; hoje, o Rio é representado como cidade pacificada.

A cidade comunica e os megaeventos se impõem

Tal como Nova Iorque, Londres, ou Paris, o nome Rio de Janeiro traz consigo todo um imaginário permeado por inúmeras representações, que vão de “cidade maravilhosa” a “cidade partida”. Neste sentido, os meios de comunicação ocupam um papel central, potencializando e realimentando essas representações. O imaginário acerca da metrópole carioca é resultado de múltiplos atravessamentos que envolvem fundamentalmente indivíduos, espaço e mídia.

A denominação cidade-espetáculo, também associada ao Rio de Janeiro, não surgiu ao acaso, ela está em permanente construção. Neste contexto, a Reforma Passos foi fundamental, pois deu ao Rio de Janeiro um ar mais cosmopolita, deixando para trás o ranço colonial e adotando uma postura mais aberta ao mundo. Surgia assim também um personagem altivo, que vive intensamente a sua cidade e prefere a multidão à praça vazia: o carioca.

A Exposição Nacional de 1908 foi o primeiro megaevento que a cidade recebeu pós-Reforma Passos. Depois houve a Exposição Internacional de 1922, e a Copa do Mundo de 1950. Mais recentemente a Eco-92 (Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento), quatro edições do Rock in Rio (1985/1991/2001/2011), culminando com os Jogos Panamericanos de 2007. Este ano, sediou a RIO+20, evento que movimentou toda a cidade com superlotação da rede hoteleira. Em 2013, receberá a Copa das Confederações e o Encontro de jovens cristãos com o Papa. E daqui há menos de dois anos será uma das sedes da Copa de 2014. Em 2016, a cidade abrigará as Olimpíadas.

A coesão social gerada por esses acontecimentos dá origem a uma pluralidade de códigos, objetos e significados que são incorporados ao cotidiano urbano de uma sociedade

mediatizada, não só no tocante à sociabilidade, mas também às modificações físicas que são realizadas na cidade. Um megaevento vai muito além do certame em si, ele congrega inúmeras representações que permitem entender a cidade e as relações que ali se estabelecem. Entendemos megaeventos como encontros que repercutem na mídia, despertando o interesse de milhares ou milhões de pessoas. Mais do que a presença física, levamos em conta se o evento teve alcance de público pelos meios de comunicação de massa e pelas redes sociais e se uma parcela importante da sociedade se expressou sobre o assunto. Nessa perspectiva, podemos recorrer a exemplos de megaeventos que não só contam com a participação de milhares, às vezes de milhões, de pessoas, mas, também, ocupam o espaço midiático de forma importante antes, durante e depois do evento. Nessa perspectiva, o Reveillon é o megaevento escolhido para ilustrar este artigo.

As surpresas que as cidades nos oferecem com suas efervescências culturais são convites permanentes à paixão. Assim, entendemos a mídia como cúmplice das cidades, retratando-as ou transformando-as. A cidade e a comunicação são assuntos que se retroalimentam permanentemente. É, portanto, na área de comunicação social que, no nosso entender, reside uma série de segredos-chave para a melhor compreensão dos nossos tempos. Os megaeventos são parte importante da memória construída no cotidiano urbano. Devido à sua grandiosidade, eles marcam a história da cidade para o melhor ou para o pior.

***Réveillon*, espetáculo na cidade e na mídia**

O termo *réveillon* vem do francês *réveiller*, que significa despertar. Marca o encerramento de uma etapa e o início de outra, um novo ano. Comemorado na passagem do dia 31 de dezembro para 1º de janeiro, desde que o calendário gregoriano foi promulgado pelo Papa Gregório XIII em 1582, é o calendário adotado pela maioria dos países do mundo. Ampliando a abordagem sobre a origem dos festejos de ano novo, vimos que esse ritual de comemoração tem origem na observação dos ciclos celestes e lunares e à agricultura, por isso remete à ideia de recomeço, da chegada de um novo ciclo. As primeiras comemorações de virada de ciclo anual que se tem registro tiveram início cerca de dois mil anos antes da era cristã, quando os antigos babilônios festejavam o Ano Novo. Esta época, não por acaso, coincidia com a primavera no hemisfério norte e também com a plantação de novas safras. Na Babilônia, os deuses da fertilidade Marduk e Dumuzi

recebiam do povo da Mesopotâmia oferendas de alimentos no Cigarat, um templo em forma de torre. A comemoração da virada de ano ocorria por volta do dia 25 de março.

É difícil estabelecer o início dessas comemorações no Rio de Janeiro, notadamente na praia de Copacabana. Conversando com antigos moradores do bairro, as histórias convergem para uma ligação com grupos de candomblé que iam à praia na noite do dia 31 de dezembro, vestidos de branco, realizar cantos e batuques enquanto oferendas à Iemanjá eram lançadas ao mar, juntamente com flores, perfumes e barquinhos com velas. A espetacularização da passagem de ano no Rio ganhou vulto na primeira gestão do prefeito César Maia (1992-1996), quando o Estado passou a promover *shows* de artistas famosos na areia da praia na noite do dia 31, bem como a ordenar a dispersão da multidão ao final do evento (AMARAL, 2010).

A queima de fogos, criada pelos empresários Ricardo Amaral e Marius, ao lado da cascata do extinto hotel *Le Meridién*, durava de oito a dez minutos. Depois que a prefeitura assumiu a realização do evento, esse momento foi transformado em um *show* pirotécnico de 20 minutos, transmitido ao vivo para diversas partes do mundo. O *réveillon* de Copacabana ganhava formas espetaculares, atraindo mais turistas e os olhares da mídia, que passou a considerá-lo um fenômeno midiático tão importante quanto o carnaval. Nos anos seguintes, a festa foi cada vez mais incrementada com variados pontos de fogos de artifícios e *shows* em toda a extensão da praia. Devido à impressionante quantidade de visitantes que o *Reveillon* passou a atrair, a festa recebeu a cada ano mais e mais atenção de toda a grande mídia.

Em dezembro de 2006, quando, a partir do dia 27, traficantes de drogas fizeram uma série de ataques a unidades policiais e prédios públicos, o Estado era governado por Rosinha Garotinho e a cidade se preparava para realizar os Jogos Pan-Americanos, *O Globo* anunciava um caos urbano:

- Réveillon*: migração para Ipanema preocupa PM (20/12/2006)
- Réveillon*: festas disputadas têm poucas vagas (24/12/2006)
- Começa o preparo dos fogos do *réveillon* (25/12/2006)
- Réveillon* na Barra terá sete orixás de areia (27/12/2006)
- Réveillon al Mare'* preocupa a capitania (28/12/2006)
- Ano Novo: medo da violência bate às portas de 2007 (29/12/2006)
- Setor hoteleiro teme prejuízo no *réveillon* (29/12/2006)
- Réveillon*: esquema de segurança é igual a 2006 (29/12/2006)
- A Guerra do Rio: ataques repercutem no exterior (29/12/2006)
- Festa do *réveillon* terá tempo bom no Rio (30/12/2006)

A Guerra do Rio: marido da modelo Bia Furtado, internada em estado grave, vai processar o Estado (31/12/2006)
2007: Corpo de Bombeiros proíbe espetáculo pirotécnico no quebra-mar da Barra por falta de segurança (1/1/2007)
A Guerra do Rio: Policiais manifestaram solidariedade aos milicianos e desejaram sucesso na passagem do ano (1/1/2007)
Copacabana teve 4 feridos por tiros (2/1/2007)
A Guerra do Rio: Para agentes de viagem, estrangeiros desistem de conhecer cidade após episódios de violência (5/1/2007)

Repetitivas e fragmentadas, das quinze manchetes publicadas entre 20/12/2006 a 5/1/2007, apenas cinco não relatam episódios ligados à violência. As outras dez destacam-se pelo uso dos termos “guerra”, “tiros”, “milicianos” e “medo”. A manchete de 29/12/2006, destacando que o esquema de segurança era igual ao do ano anterior, ressalta justamente a falta de segurança, pois, apesar dos ataques que a cidade vinha sofrendo naquele ano, a quantidade de policiais fazendo patrulhamento nas festividades do *réveillon* teria sido a mesma adotada em 2005, quando episódios desse tipo não estavam acontecendo. As notícias sobre violência representam uma cidade insegura, caótica, entregue à criminalidade.

“A guerra do Rio” é um título que há anos enuncia o que vai ser narrado, geralmente conflitos entre o tráfico de drogas e policiais nas favelas cariocas. A inspiração veio em 2003, quando dois episódios violentos chamaram atenção, a invasão do Iraque pelos Estados Unidos, promovendo uma guerra, e o assassinato de uma adolescente no metrô da Tijuca, vítima de bala perdida durante um assalto. O jornal noticiava lado a lado “A guerra de Bush” e “A guerra do Rio”, relacionando a guerra declarada pelo presidente norte-americano à violência urbana nas ruas da cidade. A palavra guerra representa uma intensificação de confrontos que parece não ter fim e também sugere uma justificativa simbólica para que ações ilegais se estabeleçam. A metáfora da guerra é constantemente usada em outras matérias para a construção do medo.

A apropriação e o uso dos materiais simbólicos fornecidos pela mídia são extremamente complexos porque têm um caráter hermenêutico, considerado por Thompson (1995) como uma interpretação que varia de indivíduo (ou grupo) para outro, pois trata-se de um processo dinâmico que envolve criatividade e uma forte predisposição ao contexto sócio-histórico onde se está inserido. Neste sentido, entende-se que as narrativas podem ser interpretadas e reinterpretadas de maneiras diferentes. Apesar de textos e imagens serem impostos pela mídia, Certeau afirma que quando estes objetos são consumidos, passam por um processo de apropriação onde o leitor e o telespectador “destaca-os de sua origem

(perdida ou acessória). Combina os seus fragmentos e cria algo não-sabido no espaço organizado por sua capacidade de permitir uma pluralidade indefinida de significações” (1994, p. 264). E são esses significados que orientam nossas práticas sociais. As narrativas não descrevem uma realidade, pois elas estão abertas à ficção. O que vemos é uma busca pela instituição de um real que organiza espaços onde se desenvolvem os jogos e as astúcias das relações sociais.

No *réveillon* de 2008, primeiro ano do governo Sérgio Cabral, o Rio já havia realizado os Jogos Pan-Americanos. A cidade fora confirmada como uma das sedes da Copa de 2014, enquanto a candidatura às Olimpíadas de 2016 estava em curso.

Tráfico atarcaria no *réveillon* passado (20/12/2007)
Réveillon: hotéis mais cheios do que no ano passado (26/12/2007)
Vaga em quiosque para *réveillon* custa até R\$ 483 (27/12/2007)
Orla terá 28 torres de observação com PMs (29/12/2007)
Filho do médico Lídio Toledo baleado em assalto no Alto da Boa Vista (1/1/2008)
Mais violência nas estradas federais do Rio (2/1/2008)
Estradas têm 99 mortes no feriadão (3/1/2008)
Tiros em Copa: laudos ficam prontos segunda (5/1/2008)

Oito manchetes foram publicadas entre 20/12/2007 e 5/1/2008, sendo que metade delas – quatro – faz referência à violência da cidade, mostrando, no entanto, episódios menos impactantes do que os do ano anterior. As palavras “tiro” e “baleado” aparecem em duas chamadas, e os outros incidentes relatados referem-se a acidentes em rodovias. Destaque para as manchetes sobre a ocupação dos hotéis ser maior do que no ano anterior e a instalação de 28 torres de observação da PM, representando um *réveillon* com mais policiamento e turistas.

Em 2009, no segundo ano de governo Sérgio Cabral, a grande novidade desse período foi a instalação da primeira Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) da cidade, na favela Dona Marta, em Botafogo. Esperança de acabar com o tráfico de drogas e, conseqüentemente, reduzir a violência. Os imóveis na cidade sofreram valorização. Havia a expectativa se o projeto realmente seria estendido a outros bairros.

Réveillon com chave de ouro (20/12/2008)
Ano novo, roupa nova (21/12/2008)
Shows do *réveillon* podem ter 30 minutos a mais (24/12/2008)
Montagem do palco de 60 metros de diâmetro que vai concentrar os *shows* do *réveillon* muda a paisagem de Copacabana (24/12/2008)
Previsão é de chuva na noite do *réveillon* (26/12/2008)
Reprovadas sete das oito balsas do *réveillon* (27/12/2008)
Réveillon na Penha terá Arlindo Cruz (28/12/2008)
Roda gigante Rio 2016 já está pronta para o *réveillon* (30/12/2008)
Réveillon terá mais segurança na orla (30/12/2008)

Réveillon de ouro em Copacabana: Rio entra em 2009 com segurança na orla e pé direito rumo às Olimpíadas de 2016 (1/1/2009)
Réveillon tem recorde de público e menos violência do que última virada (2/1/2009)
Turistas e cariocas querem mais palcos no *réveillon* (3/1/2009)
Festeiro ou madrugador, não importa: quem já passou *réveillon* no Rio sabe que de manhã bem cedinho já não há vestígio algum do furdunço que rolou na orla. (4/1/2009)

Das quinze manchetes veiculadas pelo *O Globo*, apenas uma faz menção a algum episódio ligado à violência – a reprovação de sete das oito balsas que comportam os fogos para a hora da virada. As outras quatorze destacam pontos positivos do *réveillon* usando termos como “chave de ouro”, “recorde de público”, “pé direito”, “menos violência” e “segurança”. A manchete do dia 1º de janeiro de 2009 faz até uma ligação do *réveillon* com a candidatura do Rio às Olimpíadas de 2016. Chamadas mais otimistas sobre a cidade ressaltam a ordem, a festa da passagem de ano e os *shows* na praia.

Relacionando as diferentes interpretações que dão significados ao Rio, em processo de reconfiguração por conta dos megaeventos, essa mudança de discurso nos lembra a força performática da mídia de que nos fala Certeau (1994), pois entendemos que as narrativas sobre os preparativos da cidade, têm “poder distributivo e força performativa (ela realiza o que diz) quando se tem um certo conjunto de circunstâncias. Ela é então fundadora de espaços” (CERTEAU, 1994, p.209). Percebemos que estamos vivendo um momento onde espaços estão sendo fundados, construindo representações e imaginários.

No *réveillon* de 2010, o Rio já havia sido eleito cidade sede das Olimpíadas. E o primeiro megaevento após essa confirmação foi o *réveillon*. Ao mesmo tempo, a política das UPPs continuava sendo levada adiante pelo governador Sérgio Cabral, agora chegando às comunidades Cidade de Deus, em Jacarepaguá, Jardim Batan, em Realengo, Babilônia/Chapéu Mangueira, no Leme; e Cantagalo/Pavão-Pavãozinho, em Ipanema e Copacabana, respectivamente.

Réveillon: previsão da prefeitura é que bairro receberá 2,5 milhões de pessoas para comemorar virada do ano (27/12/2009)
UPP: turistas estrangeiros serão recebidos ao pé do Morro Pavão-Pavãozinho (28/12/2009)
Réveillon 'rave' na Barra provoca polêmica (30/12/2009)
Réveillon vai marcar o fechamento da *Help* (31/12/2009)
Réveillon deverá ser debaixo d'água (31/12/2009)
Quiosques desrespeitam o *réveillon* da ordem (1/1/2010)
Um *réveillon* nota 2010 (1/1/2010)
Um *réveillon* livre dos fogos do tráfico (2/1/2010)

Das oito manchetes, apenas uma fala sobre algo que se pode considerar como violência, à medida que descumpre alguma regulamentação do Estado. No caso, os

quiosques infringindo a lei no “*réveillon* da ordem”, de uma cidade segura, que segue rumo à pacificação e “livre do tráfico”, como diz a manchete de dois de janeiro. Pelas manchetes mais recentes, o Rio vai deixando para trás a alcunha de cidade violenta, tentando retomar a marca “cidade maravilhosa”. A favela, agora “pacificada”, é retratada com ares cordiais, recebendo turistas para a comemoração da passagem de ano.

Percebemos estratégias (inclusive discursivas) focadas na segurança pública e na urbanização. Os programas de urbanização e de pacificação das favelas cariocas tomaram força a partir da escolha da cidade como uma das sedes da Copa do Mundo de 2014 e sede absoluta dos Jogos Olímpicos de 2016. A visibilidade midiática das instalações das UPPs e das obras do PAC, infere diferentes interpretações sobre a cidade, assim como à percepção dos habitantes sobre a violência e as obras de infraestrutura, pois os modos de fazer do governo “e a instância jornalística aparentam propor múltiplas visões sobre as favelas que passarão a fazer parte das negociações simbólicas a partir das quais os habitantes construirão seus percursos e apropriações territoriais” (MENDONÇA, 2010).

Chegamos ao *réveillon* de 2011, quando as obras de adequação da cidade para receber esses megaeventos começam a acontecer. Corredores expressos para ônibus, construção de novas estações do metrô e a reforma do Maracanã. A expansão das UPPs também segue a todo vapor, chegando às comunidades Ladeira dos Tabajaras, em Copacabana, Providência, no Centro, Borel/Formiga/Casa Branca/Salgueiro, na Tijuca, Turano, no Rio Comprido e Macacos, em Vila Isabel. Tudo isso culmina com a tomada do Complexo do Alemão – maior reduto do tráfico de drogas na cidade – pelo Exército.

Apresentação na Praia de Copacabana da logomarca dos Jogos Olímpicos de 2016 na noite do dia 31 será interativa (22/12/2010)

Natal com cara de *réveillon*: *show* de Roberto Carlos fechará trânsito em Copacabana (23/12/2010)

Contagem regressiva para o *réveillon* do Rio (26/12/2010)

Quiosques terão cercas no *réveillon* (28 /12/2010)

Segurança reforçada no *réveillon* (29/12/2010)

Pré-*réveillon* na Praia de Copacabana (30/12/2010)

Do Cantagalo ao Copa, um *réveillon* de paz (3/1/2011)

Réveillon teve menos acidentes nas estradas (4/1/2011)

Nesse *réveillon*, oito chamadas alusivas à festa ocuparam as páginas de *O Globo*, mas, dessa vez, tiveram que dividir espaço com a posse da presidenta Dilma Rousseff, e com a tragédia das chuvas na região serrana do Estado do Rio. Mesmo assim, todas enaltecem a festa e nada relativo à violência foi encontrado. A logomarca das Olimpíadas de 2016 foi apresentada ao público na praia de Copacabana na noite do dia 31, reforçando a

vocação de “cidade espetáculo”. O Rio de Janeiro está sendo narrado coletivamente como uma cidade que em breve estará pronta para ser consumida de forma espetacular.

Considerações finais

As coberturas jornalísticas sobre a atual festa de Reveillon de Copacabana simbolizam a nova roupagem dada à cidade e, ao mesmo tempo, valorizam a memória de cidade que se prepara há mais de um século para ser referência de grande fluxo de visitantes em efemérides. O Rio de Janeiro do início do século XX, a exemplo das exposições acontecidas em Paris e em Londres no século XIX, valorizou a monumentalidade como arma que elevaria a cidade a um dos ambientes internacionais propícios ao capitalismo triunfante. Isso acontece a partir de uma auto-imagem desejada pela elite brasileira contra o abismo existente entre a utopia do progresso europeu e o atraso colonial que marcava os países da América do Sul. Essa fórmula associada à mistura cultural do Brasil resultaria em um lugar acolhedor para os megaeventos sem deixar de lado a idéia de reforçar a imagem de cidade próspera e preparada para receber milhões de pessoas ao mesmo tempo. O Reveillon de Copacabana utiliza-se da vocação do Rio para abrigar megaeventos e funciona como ensaio para cada novo grande acontecimento que aportará à cidade. Assim, desde 2007, o Reveillon é narrado na grande mídia em função dos principais certames programados para aquele ano.

Entendemos esses eventos como mídia por exporem os cosmopolitismos, as culturas nacionais e as culturas locais, propondo traduções interculturais a cada dado. Os megaeventos têm se transformado em uma das importantes receitas turísticas do Brasil, tanto na área de entretenimento e lazer como também nos diversos campos dos negócios. O Rio de Janeiro é uma das cidades brasileiras que participam ativamente desse processo, apesar da imagem de violência associada a seu cotidiano urbano. Com a Copa do Mundo no Brasil em 2014 e os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro em 2016, percebemos que o discurso midiático tem estabelecido novos paradigmas de cobertura jornalística, priorizando mais as ações de transformação para o sucesso desses megaeventos do que a violência urbana sempre tão explorada pelos diversos MCM.

Os anos 2014 e 2016 já se configuram no agora. Numa tela, traços de um imaginário começam a ser delineados por um pincel chamado representações. Percebemos que o futuro

atravessa o presente. E este presente recorre constantemente a estratégias memorialísticas que retomam erros e acertos do passado para legitimar a construção de uma nova realidade. Fica evidente que vivemos um tempo de transformações. Na trajetória de chegada desses megaeventos, a mídia vai nos apresentar uma cidade com mil faces. Uma cidade como cenário e como personagem. Significados cristalizados serão repensados e rerepresentados. Toda essa contradição será apropriada de diferentes maneiras, que poderão constituir manifestações de aceitação e rejeição aos eventos. Manifestações que podem alterar o ritmo da cidade, demonstrando que uma sobrecarga simbólica pode desencadear mobilizações distintas que fazem dos megaeventos um solo fértil para os estudos de uma lógica comunicativa que observa as relações mutáveis organizadas em torno das representações midiáticas, e seus reflexos no espaço público.

Referências bibliográficas

AMARAL, R. G. S. *Megaeventos na cidade do Rio de Janeiro: o espetáculo do entretenimento no réveillon de Copacabana*. Monografia (Graduação em Relações Públicas). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2010.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano I: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FORTUNA, Vania Oliveira. *O Rio que nós queremos: o efeito Pan nas representações midiáticas na violência urbana*. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2009.

FREITAS, Ricardo. *Rio de Janeiro, lugar de eventos: das exposições universais do século XX aos megaeventos contemporâneos*. Compos, 2011.

FREITAS, Ricardo Ferreira; Oliveira, Janete da Silva (orgs.). *Olhares urbanos: estudos sobre a metrópole comunicacional*. São Paulo: Summus, 2011.

JAGUARIBE, Beatriz. *Imaginando a Cidade Maravilhosa: modernidade, espetáculo e espaços urbanos*. Compos, 2011.

_____. *Fins de século: cidade e cultura no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro. Ed. Rocco, 1988.

LESSA, C. *O Rio de todos os Brasis: uma reflexão em busca de auto-estima*. Rio de Janeiro: Record, 2005 [2000].

MENDONÇA, Kleber. *O Rio contra o crime: relatos de uma guerra televisionada*. Compôs, 2011

_____. *O Imperador da Chatuba: o jogador Adriano entre a delinquência e o discurso de “pacificação” da cidade*. Intercom, 2010.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.