



## **32ª Semana de Comunicação da UERJ**

**DATA:** 08 a 11 de novembro de 2010 – segunda a quinta-feira

**LOCAL:** Campus Maracanã

Auditórios 31 e 33

Endereço: Rua São Francisco Xavier, 524 – Pavilhão João Lyra Filho

Maracanã – Rio de Janeiro/RJ

Entrada Franca

**HORÁRIO:** 18h às 21h30

**PÚBLICO-ALVO:** Estudantes de graduação e pós-graduação em Comunicação Social da UERJ e de outras universidades do Rio, alunos de graduação em Educação Física, e do ensino médio, além de profissionais do setor esportivo, e de comunicação e marketing. Este ano, espera-se a presença diária de até 500 participantes.

### **TEMÁRIO E PALESTRANTES**

O tema central *Comunicação e Esporte: Entretenimento e Espetáculo* reflete a sintonia com os atuais acontecimentos esportivos de grande relevância na mídia como a Copa do Mundo de Futebol na África do Sul, os preparativos para a do Brasil, em 2014, e a escolha do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos em 2016. Este cenário ainda conta com o apoio do maior especialista da FCS no assunto, Professor Ronaldo Helal, que auxiliou na condução dos contatos junto aos principais nomes de especialistas na área.

A 32ª Semana de Comunicação da UERJ terá a duração de quatro dias com palestras sobre “Jornalismo Esportivo”, “Futebol, Mídia e Identidade Nacional”, “Marketing Esportivo e Rio, sede de megaeventos (sugestão dos alunos)” e “Esporte e Novas Tecnologias” .

### **Descrição das Mesas e Palestrantes**

## **Mesa Jornalismo Esportivo – 08 de novembro de 2010 – segunda-feira**

A mesa Jornalismo Esportivo foi escolhida por contemplar o tema central do evento, que envolve esporte e comunicação, como objetos do entretenimento e do espetáculo. Portanto, a abordagem do papel do Jornalismo na cobertura dos eventos esportivos trata-se de um assunto de extrema importância no tocante à realização da 32ª Semana de Comunicação.

Além disso, conceituados nomes do Jornalismo Esportivo contribuirão com seus conhecimentos e experiências acerca dos assuntos, fazendo com que essa mesa, carro-chefe do evento, atraia grande público e envolvimento geral da platéia.

### **Subtemas**

1. “A guerra da audiência no jornalismo esportivo”;
2. “Esporte ajuda a vender jornal impresso?”;
3. “Futebol também é coisa de mulher?”;
4. “A rádio perdeu seu espaço?”.

### **Objetivos**

- a) Discutir a grande audiência que os programas esportivos têm;
- b) Analisar a questão do Jornalismo Esportivo nos meios impressos (que alavancariam a vendagem desses meios);
- c) Analisar como a mídia televisiva trabalha a edição das imagens do esporte brasileiro, mesclando o ufanismo da torcida e a habilidade dos atletas;
- d) Avaliar o reposicionamento da mídia esportiva ao direcionar sua comunicação ao público feminino crescente no Brasil, ressaltando ainda a participação da mulher na cobertura jornalística do futebol em um ambiente anteriormente restrito ao público masculino;
- e) Debater sobre o meio rádio, seu público específico e seu espaço diante dos outros meios.

### **Mediador Ronaldo Helal**

Professor da FCS, escritor e especialista em esporte e cultura, mais precisamente em analisar as manifestações culturais do esporte moderno. Co-líder do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura, cadastrado no CNPq.

### **Palestrantes Jornalismo Esportivo**

#### **1. Marcelo Barreto**

Foi repórter do O Globo, participou da equipe que fundou o LANCE! Passou pela TV Globo, onde foi editor de texto e repórter. Está no Sportv desde 2003 onde hoje é editor chefe e âncora do Sportv News. Cobriu duas Olimpíadas , duas Copas do Mundo e duas Copas das Confederações, além de três mundiais de basquete e outros eventos. Mantém um blog esportivo no portal da globo.com. Autor de dois livros: “Almanaque Olímpico SportTV”, com Armando Freitas e “Os 11 maiores camisas 10 do futebol brasileiro”.

## **2. Alex Escobar**

Começou sua carreira como locutor da rádio JB FM. Em 2002, passou a apresentar o programa "Rock Bola", na extinta rádio Cidade. Em 2003, ingressou no SporTV onde passou a atuar como comentarista de futebol. Atualmente é apresentador e comentarista na TV Globo e no SporTV.

## **3. Ana Luiza Prudente**

Jornalista, formada pela Florida Atlantic University. No Brasil, começou no SBT e logo chegou à Globosat, primeira TV a cabo/satélite do país. Apresentadora do Sport e do GNT ancorou, entre outros, o Esporte Real ao lado de Armando Nogueira. Cinco anos depois, mudou-se para Florida, onde durante 10 anos trabalhou como redatora, apresentadora e produtora de canais como CBS, PSN, MTV e da Direct. Voltou para o Brasil para, mais uma vez, participar de um projeto pioneiro: lançar a TV LANCE!, primeira TV brasileira na internet com conteúdo exclusivamente esportivo.

## **Mesa Marketing Esportivo e Rio, sede de megaeventos – 09 de novembro – terça-feira**

Este tema foi escolhido pela relevante aplicação do Marketing Esportivo dentro da área de Comunicação/Relações Públicas/Marketing, a extensão de seu campo, principalmente nos dias de hoje. Aproveitando o cenário, juntou-se à análise do Marketing Esportivo, a escolha do Rio como uma das cidades-sede da Copa de 2014 e como a sede das Olimpíadas de 2016.

### **Subtemas**

1. “Tendências do Marketing Esportivo no Brasil e no mundo”;
2. “Como patrocinar e quando investir”;
3. “O futebol-empresa”;

4. “Megaeventos esportivos e globalização”;
5. “A importância do Brasil no cenário esportivo mundial”;
6. “O lúdico como redenção para o Rio”

### **Objetivos**

- a) Analisar as tendências do marketing esportivo no patrocínio a grandes times/equipes, de futebol, vôlei, automobilismo etc;
- b) Analisar os investimentos das empresas em patrocínios a grandes clubes/times de diferentes esportes como estratégia de fortalecimento da marca/imagem;
- c) Debater o tema do Brasil e, especificamente, do Rio de Janeiro, como sede de megaeventos esportivos;
- d) Ressaltar o papel do esporte como mídia para o Brasil, através de seus atletas bem-sucedidos no exterior;
- e) Discutir o papel do esporte e o lado bem-estar da cidade, legitimado por suas belezas naturais, como redenção para as mazelas existentes. O encantamento gerado por esse lado lúdico da cidade que lhe deu o prêmio de sediar as Olimpíadas.

### **Mediador Carlos Moreno**

Professor da Faculdade de Comunicação Social da UERJ, possui mestrado em Comunicação e doutorado em Letras (Ciência da Literatura/Semiologia) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atua como Coordenador de Publicações da Diretoria de Comunicação Social da Uerj e está integrado no grupo de pesquisa ELO - Comunicação Intercultural.

### **Palestrantes Marketing esportivo e Rio, sede de megaeventos**

#### **1. Denise Liporaci**

Formação em Psicologia e Comunicação Social - pela PUC Rio de Janeiro

Pós Graduação em Marketing - pela FGV. Atuando em Marketing Esportivo desde 1996 no Fluminense FC Federação de Futebol do estado do Rio de Janeiro .Atual Coordenadora de marketing esportivo da Unimed Rio.

#### **2. Ricardo Freitas**

Doutor em Sociologia pela Sorbonne e graduado em Comunicação Social pela UERJ. É professor-adjunto da Faculdade de Comunicação Social (FCS) e pesquisador associado do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Cidade, estudando entre outros assuntos, os eventos da cidade do Rio. Freitas levaria à mesa a visão acadêmica.

### **3. Vinicius Kaster**

Graduado em Educação Física pelo IPA - Instituto Porto Alegre, com pós-graduação em Administração e Marketing Esportivo. Professor do MBA em Gestão e Marketing para academias das faculdades UNIABEU e Gama e Souza. Foi gerente de marketing da Associação Brasileira de Academias e atualmente é consultor de Marketing da YOUFIT Fitness Shop e Academia Universo Atlético, em Botafogo. É editor da Rio Fitness Magazine e sócio do 100% Esporte Marketing Esportivo.

#### **Mesa Futebol, Mídia e Identidade Nacional – 10 de novembro – quarta-feira**

Por ser o Brasil, o país do futebol, foi julgada imprescindível a existência de uma mesa com essa temática. Sendo assim, escolheu-se o tema “Futebol, Mídia e Identidade Nacional”, que tem por objetivo relacionar a construção da identidade nacional sob o aspecto futebolístico. Pretende-se abordar então, o futebol como um dos elementos que constroem a identidade do brasileiro, que se identifica, se une e se reconhece por meio do esporte mais conhecido do mundo.

#### Subtemas

1. “A identidade nacional através do futebol”;
2. “Futebol-arte: a idolatria sob os olhos da mídia”;
3. “O futebol como espetáculo épico”;
4. “A paixão pelo futebol é exclusividade brasileira?”.

#### Objetivos

- a) Apresentar um breve histórico a partir do surgimento do futebol na Inglaterra e de como esse esporte se incorporou à cultura brasileira, ressaltando o trabalho de Mário Filho, o qual proporcionou uma visão sociológica do futebol como ícone da identidade nacional;

- b) Analisar a construção identitária através do futebol no Brasil e na Argentina, avaliando semelhanças e diferenças;
- c) Discutir o papel dos ídolos e mitos do esporte na “pátria de chuteiras”;
- d) Debater a representação midiática sobre o esporte.

### **Mediador Ronaldo Helal**

Professor da FCS, escritor e especialista em esporte e cultura, mais precisamente em analisar as manifestações culturais do esporte moderno. Co-líder do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura, cadastrado no CNPq.

## **Palestrantes Futebol, Mídia e Identidade Nacional**

### **1. Édison Gastaldo**

Membro do grupo de pesquisa "Esporte e Cultura", cadastrado no CNPq

Publicitário e mestre antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, doutor em Multimeios pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas e pós doutor em Sociologia pela University of Manchester e Antropologia Social pelo Museu Nacional da UFRJ. Tem experiência nas áreas de Antropologia e Comunicação, com ênfase em Antropologia do Cotidiano, Esporte e Publicidade, atuando principalmente nos seguintes temas: sociabilidade, futebol, publicidade, identidade nacional, Copa do Mundo e mídia.

### **2. Antonio Jorge Soares**

Atua nas seguintes linhas de pesquisa: Análise da Formação Acadêmico-Profissional em Educação Física, Análise da Intenção e da Intervenção Pedagógica de Professores de Educação Física, Corporalidade e Processos de Formação, Esporte e Sociedade, História da Educação Física, História, Historiografia e a Formação do Brasil Contemporâneo, História Social e Cultural do Esporte, Lazer e Cidade, Manifestações Culturais do Esporte Moderno, Teoria da Educação Física.

Professor da UFRJ é também membro do grupo de pesquisa "Esporte e Cultura", cadastrado no CNPq.

## **Mesa Esporte e Novas Tecnologias – 11 de novembro de 2010 – quinta-feira**

A mesa foi pensada para discutir como as novas tecnologias reorganizam a dinâmica de transmissão e recepção das competições esportivas, já que essa nova plataforma de experimentação em tempo real, permite que o conteúdo seja construído colaborativamente. Ainda diante dessa perspectiva, a mesa propõe-se a discutir a relação dos jornalistas diante de novos formatos e a complementaridade do meio *offline* (televisão, rádio etc) com o *online* (Internet).

Visto que a Copa do Mundo deste ano revelou um exemplo dessa nova experimentação, pensou-se que o **tema Esporte e Novas Tecnologias** não poderia faltar. Com efeito, jornalistas que de alguma forma puderam estar em contato com essa nova dinâmica poderão relatar suas experiências.

### **Subtemas**

1. “O jornalismo esportivo como lugar de experimentação de novos formatos”
2. “Interatividade com o público e tempo real no esporte”
- 3.”A relação com os outros meios : competição ou complementaridade?”
4. “O papel do jornalista no contexto digital”.

### **Objetivos**

- a) Discutir os novos suportes, seu público, sua relação (de competição, complementaridade e/ou integração) com os outros meios, interatividade, conteúdo colaborativo etc;
- b) Debater o esporte em tempo real e o rápido crescimento do jornalismo esportivo na internet;
- c) Avaliar as experiências dos jornalistas esportivos nesta Copa do Mundo;
- d) Expor as técnicas, os bastidores, a produção de conteúdos jornalísticos *online* e a versatilidade de funções e atividades do jornalista diante dessa nova realidade.

### **Mediador Fernando Gonçalves**

Professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Uerj e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Arte e Cidade, do PPGC-Uerj, onde leciona a disciplina “Tecnologias e Formas de Vinculação Social”.

## **Palestrantes Esporte e Novas Tecnologias**

### **1. Décio Lopes**

Foi repórter da TV Globo por dez anos, depois se tornou chefe de edição de programas como o Globo Esporte e o Esporte Espetacular.

Apresenta desde 2002 o programa Expresso da Bola, no Sportv, além de escrever diariamente no GloboEsporte.com e faz participações em alguns programas no SporTV.

### **2. João Pedro Paes Leme**

Jornalista da TV Globo desde 1996, João Pedro Paes Leme acumula grande experiência com o telejornalismo esportivo: participou da cobertura de quatro Olimpíadas de verão e duas de inverno, quatro Jogos Pan-Americanos, duas Copas do Mundo de futebol, duas Copas do Mundo de vôlei, Mundiais de natação, judô, ginástica, sete temporadas de Fórmula 1. Foi correspondente internacional da TV Globo em Londres (1999-2000) e Paris (2005-2006) e, antes de ingressar na emissora, trabalhou no Jornal do Brasil.

### **3. Emanuel Castro**

Graduado em Comunicação Social pela UFRJ, fez mestrado em Marketing na PUC-Rio e MBA na COPPEAD-UFRJ. Ingressou na TV Globo em 1985 onde sempre atuou na área de esportes. Foi Diretor do SporTV de 2003 a 2009. Desde março de 2009 é Diretor de Novas Mídias e Projetos Especiais da Central Globo de Esportes.