

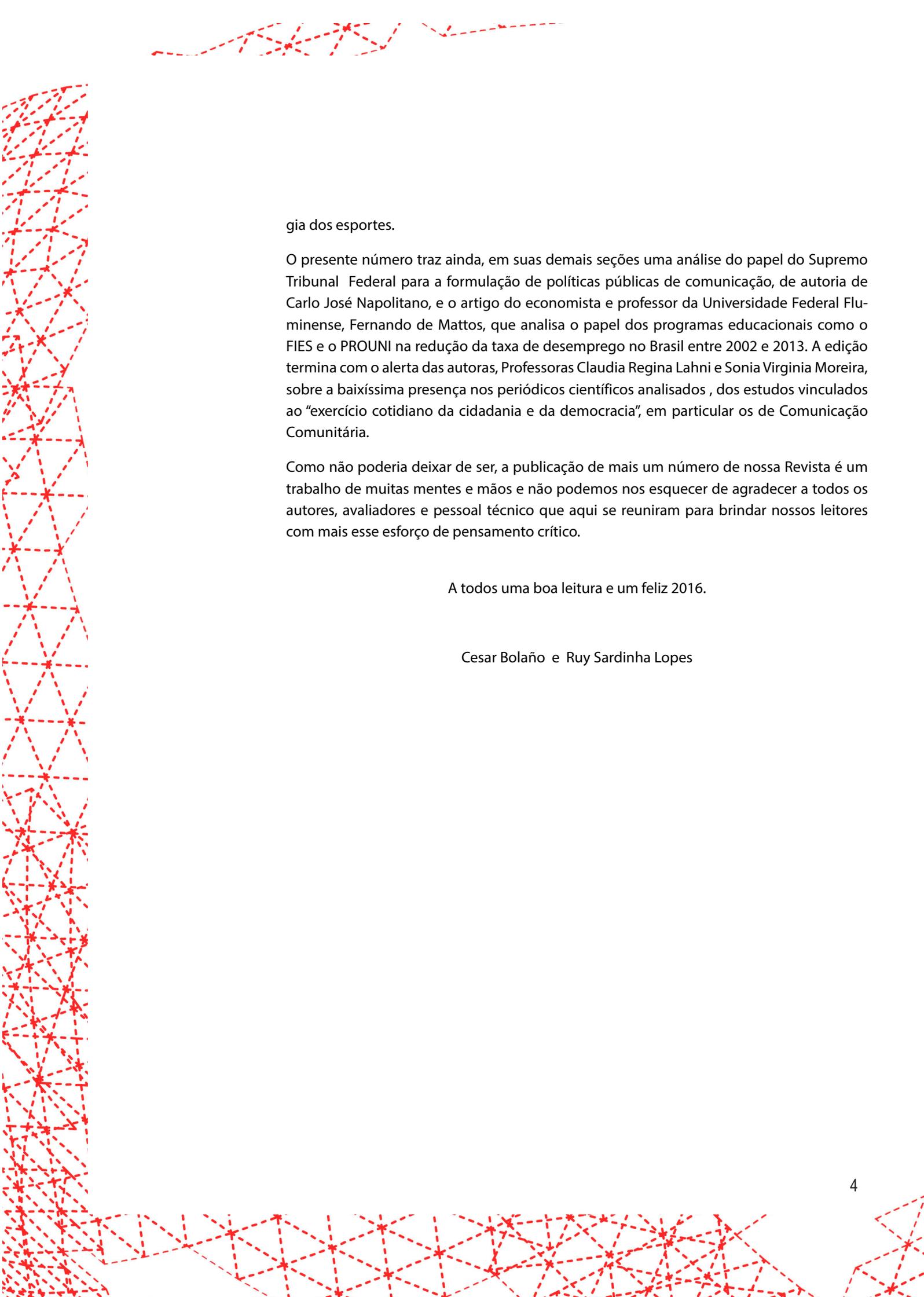
Apresentação

O ano de 2016 marca, para o Brasil e em especial para a cidade do Rio de Janeiro, a conquista de mais um grande símbolo do receituário neoliberal: a XXXI Olimpíada.

Para além das mitologias que envolvem o mundo dos esportes, desde pelo menos a década de 1990, com o propalado “modelo Barcelona” e todo o planejamento estratégico em operação naquela cidade por conta de sediar os jogos olímpicos de 1992, os megaeventos esportivos vem sendo pensados em nova chave conceitual: como mecanismo de atração de investimentos externos e medidas contingências de detenção de crises econômicas, cada vez mais constantes. Assim, havemos de ressaltar a perseverança da cidade do Rio de Janeiro que, desde o planejamento estratégico de 1996, sonhava em inserir-se no rol das cidades agraciadas por este modelo de gestão urbana.

É certo que de lá para cá o modelo deu sinais visíveis de esgotamento e o véu ideológico que o recobria foi, em muitos aspectos, encurtado. Entretanto, não obstante as fortes críticas que recebeu nas cidades que serviram de laboratório a tais políticas urbanas, e no Brasil não foi diferente, as estratégias de *city marketing* (agora revestidas com o brilho da *economia criativa*) continuam a operar em pleno vapor e os grandes empreendedores a lucrar. Para tanto, as tecnologias e estratégias comunicacionais desempenham papel central, não somente por espetacularizar esses eventos para além das barreiras territoriais, mas igualmente por disseminar aos quatro cantos a cantilena neoliberal que os acompanha.

Como observado pelos coordenadores do Dossiê que compõe a atual edição, Prof. Dr. Édison Gastaldo e Prof. MSc. Anderson David dos Santos, são poucos os trabalhos que, sob o ponto de vista da Economia Política da Comunicação e da Cultura ou mesmo dos Estudos Críticos da Comunicação, vem se dedicando a este fenômeno. Nesse sentido, é intuito de nossa Revista, por meio dos artigos aqui reunidos, fomentar a discussão e a necessária pesquisa desta área e, para tanto, também estabelecer o diálogo com as áreas fronteiriças que têm se dedicado à essa temática, como os estudos urbanos, os estudos culturais e a sociolo-



gia dos esportes.

O presente número traz ainda, em suas demais seções uma análise do papel do Supremo Tribunal Federal para a formulação de políticas públicas de comunicação, de autoria de Carlo José Napolitano, e o artigo do economista e professor da Universidade Federal Fluminense, Fernando de Mattos, que analisa o papel dos programas educacionais como o FIES e o PROUNI na redução da taxa de desemprego no Brasil entre 2002 e 2013. A edição termina com o alerta das autoras, Professoras Cláudia Regina Lahni e Sonia Virginia Moreira, sobre a baixíssima presença nos periódicos científicos analisados, dos estudos vinculados ao “exercício cotidiano da cidadania e da democracia”, em particular os de Comunicação Comunitária.

Como não poderia deixar de ser, a publicação de mais um número de nossa Revista é um trabalho de muitas mentes e mãos e não podemos nos esquecer de agradecer a todos os autores, avaliadores e pessoal técnico que aqui se reuniram para brindar nossos leitores com mais esse esforço de pensamento crítico.

A todos uma boa leitura e um feliz 2016.

Cesar Bolaño e Ruy Sardinha Lopes