



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

O RIO QUE NÓS QUEREMOS: O EFEITO PAN NAS REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DA VIOLÊNCIA URBANA¹

Vânia Oliveira FORTUNA²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este trabalho reúne recortes dos capítulos já finalizados da nossa dissertação, que analisa as narrativas do jornal *O Globo* sobre a violência urbana no Rio de Janeiro durante os Jogos Pan-Americanos de 2007. Nosso objetivo sempre foi estudar os impactos que um megaevento provoca numa metrópole. Nesta pesquisa, optamos pelo emblemático tema violência urbana, pois percebemos que quando o Rio realiza um evento de grande porte, o discurso midiático, que normalmente apresenta a cidade como violenta e perigosa, legitima os órgãos de segurança pública e convida a população e os turistas à lúdica entrega do momento festivo, sem medo de ser feliz.

PALAVRAS-CHAVE: megaevento; Rio de Janeiro; violência urbana; comunicação; jornal impresso.

1 – Introdução

Os grandes eventos fazem parte da história da humanidade. Quando revisitamos os mais remotos ajuntamentos sociais, percebemos a importância do espetáculo na vida das pessoas. Em Atenas, séculos antes da era cristã, a grande praça central da cidade surgia como palco dos principais eventos artísticos, políticos, religiosos e esportivos. Nasceram os jogos públicos (com disputa de disco, pugilismo, corridas, entre outras). Em Roma, os jogos também tinham papel importante e faziam parte das celebrações, que aconteciam em praça pública, teatros e circos. Na Idade Média, os olhos da sociedade se voltam para Paris. Gradativamente os espaços abertos foram tomados pelos festivais, rituais cívicos e cerimônias religiosas. As celebrações populares usavam a liberdade como arma para vencer as dominações. Nessas festividades o povo se reconhecia numa nova vida, ainda que temporariamente. No corpo coletivo, o corpo individual se

¹ Trabalho apresentado no II Seminário Interno PPGCOM UERJ – Grupo Temático: Mídia e Poder.

² 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



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

libertava. No Renascimento e na Modernidade a religião ainda era a tônica dos grandes eventos, mas no século XIX outros segmentos começaram a atrair multidões.

No início do século XX, as pessoas se reuniam em volta do rádio para ouvir os acontecimentos. Anos mais tarde a televisão entra em nossas vidas para ficar. Podíamos assistir tudo que acontecia no mundo. Estes meios de comunicação estimularam o interesse do público pelos grandes eventos. Essa visibilidade foi determinante para o constante aperfeiçoamento de suas produções. Novas tecnologias surgem a cada dia e toda essa dinâmica se traduz em inúmeras possibilidades de midiatização dos megaeventos.

Fenômeno de comunicação, os megaeventos habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, alteram o *status quo* da cidade e atuam sobremaneira na vida cotidiana, criando e alimentando uma importante rede de comunicação urbana. A cidade, a população, o trânsito, a arquitetura, a saúde, a segurança pública – todos os aspectos da vida urbana podem se movimentar em função da sua realização. Empregos temporários são gerados, novos focos turísticos são explorados, novas estratégias de organização dos espaços públicos são oferecidas. Algumas transformações são incorporadas à cidade.

A produção de um evento é idealizada com a finalidade de provocar uma intervenção no tema por ele abordado, de modificar um panorama, um imaginário. Nesse sentido, percebemos o seu grande sucesso também no âmbito corporativo-empresarial, atuando como uma das principais ferramentas de comunicação para solidificar marcas e, em muitos casos, recuperar a credibilidade dos seus públicos interno e externo. Algumas empresas organizam eventos regulares, com seus próprios nomes, gerando um ciclo de promoção - o evento promove a marca e a marca promove o evento. O mesmo acontece na área acadêmica quando se quer discutir um tema. Um evento bem planejado pode ser determinante para a área de conhecimento envolvida.

Quando se trata de um evento de grande porte, inúmeros questionamentos são suscitados. Não fechamos os olhos às questões sociais do Rio de Janeiro. Muitas pessoas questionam os investimentos do governo e da iniciativa privada em megaeventos, pois para elas essas verbas deveriam ser empregadas na procura de soluções para importantes deficiências da cidade. Consideramos pertinentes tais questionamentos, mas isso não faz



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

parte do nosso escopo de trabalho. Somos profissionais de comunicação e percebemos o evento como uma das principais ferramentas da nossa área. Mas não é só isso. Não reconhecer a importância desses momentos festivos que favorecem a comunhão comunitária é não reconhecer uma parte significativa da história da humanidade. Todas as culturas conhecem esses rituais de inversão. Eles fazem parte do nosso imaginário. Daí nasce o nosso objeto de estudo. Acreditamos na importância da discussão deste tema tão pouco explorado na área de Comunicação Social.

Interessamo-nos por vários segmentos da cidade que se alteram sob a intervenção de um megaevento. Neste trabalho, vamos estudar as representações da violência urbana sob o olhar do jornal *O Globo* em dois períodos distintos: julho de 2007, mês dos Jogos Pan-Americanos e julho de 2008, sem evento de grande porte na cidade.

1.1 – Metodologia

A racionalidade é necessária para poder detectar o erro e a ilusão na paixão e dar-lhe a lucidez que a impede de naufragar no delírio; mas isso só pode ser feito por uma razão que reflete e age sobre si mesma. A paixão é necessária para a humanização da razão, o que lhe impede de cair numa abstração delirante. Razão e paixão podem e devem corrigir-se entre elas. (MORIN, 2007, p.136)

Esta investigação propõe um estudo das representações midiáticas da violência urbana no Rio de Janeiro através da análise das narrativas do jornal *O Globo* em dois momentos: julho de 2007, quando a cidade sediou os Jogos Pan-Americanos; e julho de 2008, mês em que não houve um megaevento na cidade. Esse jornal é um dos mais tradicionais da imprensa carioca, além da sua importância no contexto nacional, internacional e na formação da opinião pública.

Nossa hipótese é de que as narrativas desse jornal se modificam quando a cidade recebe um megaevento. Enquanto cotidianamente elas nos dizem que o Rio é violento e perigoso, parece-nos que durante um evento de grande porte, como os Jogos Pan-Americanos, o discurso legitima os órgãos de segurança pública e nos oferece uma cidade diferente, que passa a habitar o imaginário urbano. Encontramos na chamada veiculada em 8 de julho de 2007 “O Rio que o carioca sempre quis viver: Pan cria



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

expectativa de ruas mais seguras e alegres, pelo menos enquanto jogos durarem”, um convite aos jogos, às ruas, à sociabilidade.

Edgard Morin nos sugere a atmosfera desse momento festivo quando afirma que “todas as tentativas de aperfeiçoamento nas relações humanas fracassaram, salvo em comunidades efêmeras, em momentos de fraternidade, pois não houve enraizamento das faculdades humanas de compreensão” (Ibid., p.123). Nesse sentido, acreditamos na importância da discussão deste tema tão pouco explorado na área de Comunicação Social.

Entretanto, a paixão por este objeto não contaminará a busca pelo conhecimento científico. Pelo contrário, criará um conflito muito bem-vindo que nos permitirá assumir um diálogo onde “podemos, ao mesmo, dar razão às nossas paixões e apaixonar a nossa razão” (Ibid., p.136), concebendo a dialógica razão-paixão. Esta relação é delicada, mas

a arte de coordená-la faz toda a diferença numa pesquisa. Tentaremos praticar esta coordenação especialmente no último capítulo, onde analisaremos as matérias jornalísticas interpretadas à luz das teorias interdisciplinares que compõem as teorias da comunicação.

Quando decidimos pesquisar um megaevento no Rio de Janeiro dosamos à paixão o fato de a cidade ser um dos principais palcos de megaeventos de todo o mundo, atraindo pessoas que se encantam por sua exuberante beleza natural conjugada à variedade cultural. É notória a vocação do Rio para abrigar eventos de grande porte, como verificamos ano após ano a busca pelo aprimoramento das produções do réveillon e do carnaval, que cada vez recebem mais participantes brasileiros e estrangeiros.

Para ilustrar este trabalho, optamos pelos Jogos Pan-Americanos de 2007, pois eles agregam as características de um megaevento.

Por conceituação, evento é um acontecimento excepcional previamente planejado, que ocorre em determinado grupo e local e gera grande envolvimento e mobilização de um grupo ou comunidade, buscando a integração, difusão e sensibilização entre os participantes para os objetivos pretendidos. Estes devem ser colocados de forma clara e explícita, para que o público-alvo receba e assimile os temas abordados e as ações desenvolvidas durante os eventos (HAMAM, 1997, p.107 e 108).



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Tratando-se de um megaevento, incorporamos a essa conceituação a complexidade do seu planejamento e execução, a repercussão internacional, a presença constante nos meios de comunicação de massa, os investimentos por vezes indispensáveis dos governos federal, estadual e municipal, além dos patrocínios de grandes empresas privadas, o número de participantes, as transformações na cidade, como a construção de novos equipamentos arquitetônicos, novas estratégias de transporte, saúde e segurança pública. O cotidiano da cidade e da população é alterado por este tipo de evento.

A idéia de um megaevento esportivo nos agradou. Conforme afirma Ronaldo Helal, o esporte, especialmente o futebol, é “uma das principais fontes de identidade cultural do país”, desempenhando papel importante para o sentido de coletividade ao estimular as diferenças e “rivalidades entre grupos sociais distintos no mesmo tempo que os integra em uma ordem social comum” (1996, p.5). Entretanto, nesta dissertação não estudaremos o esporte e suas representações midiáticas, uma vez que escolhemos os Jogos Pan-Americanos de 2007 por contemplar o conceito de um megaevento realizado no Rio de Janeiro.

Nossa metodologia prestigia a leitura bibliográfica das teorias que aprofundam os conceitos de representações, violência, cultura e megaeventos contemporâneos. A análise das narrativas possibilitará uma comparação que nos permitirá conhecer como a representação da violência é construída quando a cidade está ou não sediando um megaevento. Poderemos, então, conjugar a bibliografia aos dados obtidos no jornal *O Globo*.

Podemos buscar a objetividade, sabedores de que haverá a interferência da subjetividade. Mas isso não significa uma contaminação. É elemento indispensável à compreensão complexa, produzindo o bom resultado da pesquisa. Morin reconhece que apesar de pesquisadores somos 100% biológico e 100% cultural, pois o indivíduo “apresenta-se como o ponto de um holograma que contém o todo (da espécie, da sociedade) mesmo sendo irreduzivelmente singular. Carrega a herança genética e, ao mesmo tempo, *imprinting*³ e a norma de uma cultura⁴” (Ibid, p.19). É a busca e a

³ Segundo Morin, “o *imprinting* é a marca sem retorno imposta pela cultura, primeiramente familiar, depois social, e que se mantém na vida adulta. Inscreve-se no cérebro desde a primeira infância por estabilização seletivas das sinapses. Essas inscrições vão marcar irreversivelmente o espírito individual no



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

aceitação de toda essa complexidade que nos faz considerar a multidimensionalidade de cada aspecto, inibindo o pensamento reducionista.

Conhecer as reflexões de Morin nos provoca um excitante paradoxo: ao mesmo tempo que aflora a preocupação - pois o autor nos convoca à complexidade, tarefa nada fácil conviver com a ambiguidade, a contradição, a incerteza, mas exatamente por isso é um desafio que gostaríamos de vencer com um certo sucesso -, também nos acalma, já que nos é facultado o benefício de se produzir uma contextualização com várias “pitadas” de subjetividade. Parece-nos que a viagem em busca da dialógica razão-paixão é interminável. E não queremos que termine.

2 – Exposições Universais: o grande evento da Modernidade

(...) Gemações culturais, comunicacionais, experimentais: explorando discursos, estilos, visões, percepções, estéticas, criações para além das concepções dominantes baseadas em visões totalizadoras de verdades únicas ou multiculturalismos convenientes. (CANEVACCI, 2005, p.1)

Iniciamos este capítulo buscando demonstrar que a metamorfose que um megaevento provoca, marcando sua passagem na cidade e na vida das pessoas, não é uma característica contemporânea. Nesse sentido, parece-nos pertinente voltar o olhar para um grande evento do passado. Com isso, pretendemos praticar a circularidade que envolve continuamente o passado, o presente e o futuro, pois com esse método circular proposto por Morin, podemos, entre muitas outras coisas, “fazer um diagnóstico de civilização e um diagnóstico histórico que permita compreender os comportamentos” (Op. Cit., p.63) praticados na sociedade contemporânea.

As Exposições Universais, especialmente a primeira edição (Londres – 1851) e a segunda (Paris – 1855), foram eventos de grande porte idealizados para atender interesses socioeconômicos. Apesar disso, fugiram do seu roteiro original e se transformaram numa grande celebração popular que produziu novos sentidos à época.

seu modo de conhecer e de agir. A isso se acrescenta e combina a aprendizagem que elimina *ipso facto* outros modos possíveis de conhecer e de pensar. Cf. O Método 4” (Ibid, p.208).

⁴ Segundo Morin, “uma cultura é um conjunto de saberes, saber fazer, regras, estratégias, hábitos, costumes, normas, interdições, crenças, ritos, valores, mitos, idéias, o adquirido, tudo aquilo que se perpetua de geração em geração, reproduz-se em cada indivíduo e alimenta, para geração e regeneração, a complexidade individual social. A cultura constitui assim um capital cognitivo, técnico e mitológico não inato” (Ibid, p.206).



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Estudá-los à luz da Nova História Cultural é o suporte que nos parece apropriado para o reconhecimento dessa produção, além de revisitar a história sem cair no lugar-comum, ou seja, sem cultivar o caráter evolucionista, mas apoiados no conceito de performance, ação que interrompe um sistema de regras através da improvisação, atribuindo novos significados e recriando cada momento. Esse conceito, trabalhado pela história cultural na década de 70, foi reapropriado por Peter Burke e chamado de ocasionalismo.

A teoria sobre performance começou a ser trabalhada na década de 70 por antropólogos que estudavam a fofoca e o ritual. Ela aborda possibilidades que permitem fugir de um determinado roteiro, “quebrar” regras preestabelecidas através da improvisação. Para Burke, o conceito também foi aplicado na análise da vida cotidiana do homem e da cidade, como uma mesma história que alguém conta de forma diferente dependendo do ouvinte ou do local e até na arquitetura, “uma arte coletiva na qual o projeto pode ser visto como uma espécie de roteiro em que há lugar para improvisação por parte dos profissionais” (2005, p.122), como as antigas edificações ou praças construídas para servirem de palco. O autor sugere a praça de São Pedro, em Roma, como exemplo para ilustrar sua afirmação.

Burke entende a performance como uma tendência de “ocasionalismo” – liberdade individual que não segue padrões -, uma atitude “que se distancia da idéia de regras fixas” para recriar uma determinada situação (Ibid., p. 125).

Revela-se, pois, a importância desse conceito, desenvolvido na história cultural, e sua multiplicidade de pontos de vista para este trabalho. Vamos revisitar as Exposições Universais sob o olhar provocante de Walter Benjamin, autor cuja narrativa sobre a Modernidade, época em que foi realizado o evento em questão, nos encanta. Apesar da admiração, reconhecemos também seu olhar melancólico, perfeitamente compreensível pelo momento da sua vida: judeu, militante intelectual progressista, vítima do nazifacismo. Benjamin percebe os meandros culturais e comunicacionais das exposições, mas critica sua idealização em função do interesse capitalista. Nesse momento, o conceito de performance (ou ocasionalismo) será precioso para dialogar com Benjamin e com autores que trabalham a teatralidade cotidiana e a força transformadora da cultura, que neste caso transcendeu o poder econômico.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

2.1 – A performance cultural

No século XIX, tal desenvolvimento emancipou as formas de configuradoras da arte, assim como no século XVI as ciências se livraram da filosofia. O início disso é dado pela arquitetura enquanto construção de engenheiro. Em seguida vem a fotografia enquanto reprodução da natureza. As criações da fantasia se preparam para se tornarem práticas enquanto criação publicitária. Com o folhetim, a poesia se submete à montagem. Todos esses produtos estão a ponto de serem encaminhados ao mercado enquanto mercadorias. Mas eles ainda vacilam no limiar. Desta época é que se originam as passagens e os interiores, os salões de exposição e os panoramas. (BENJAMIN apud KOTHE, 1991, p.43)

As narrativas de Benjamin sobre a Paris do século XIX, as transformações na indústria cultural, a observação da banalidade do cotidiano, enfim, a tentativa de atribuir significado a cada fragmento cultural urbano é importante para os estudos de qualquer metrópole contemporânea e da comunicação produzida nos seus espaços.

Todos esses fenômenos modernos e comunicacionais identificados e interpretados por Benjamin preparavam-se para ser oferecidos ao mercado. Realizaram-se as Exposições Universais.

Eventos de grande porte, as edições de 1851, em Londres e de 1855, em Paris, são revisitadas neste trabalho pressupondo que apesar de sua idealização em função do interesse econômico que desejava expor e consolidar o domínio das novas técnicas industriais, transformaram-se em grande espetáculo cultural e fenômeno comunicacional, pois congregaram povos ávidos por mostrar e conhecer diferentes culturas, deixando importantes legados à humanidade.

Nascida do desejo de divertir as classes operárias, a primeira Exposição Nacional da Indústria, precursora das Exposições Universais, aconteceu em 1798, em Paris. A idéia inicial era organizar uma festa popular em comemoração à Proclamação da República Francesa. Como entretenimento, algumas pessoas da organização do evento sugeriram pau de sebo e outros jogos, até que alguém sugeriu acrescentar uma exposição de quadros. Era a inspiração para essa festa popular promover o encontro do público com as artes plásticas. O proletariado conheceu uma exposição que privilegiou os hábitos populares. A seda, o cetim e a renda foram substituídos por tecidos de uso doméstico.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

A primeira Exposição Internacional da indústria, do comércio e das artes – a primeira exposição universal – realizou-se em Londres, em 1851, reunindo as novidades do sistema de produção resultantes das novas técnicas, sejam elas maquinários ou produtos do consumo de massa.

Em 1850, o príncipe Albert, marido da rainha Vitória, coordenou a organização da exposição, começando pela construção do local do evento. Em curto prazo, milhões de dólares foram disponibilizados para o projeto que imprimiria novos rumos à arquitetura. Projetado por Joseph Paxton, um arquiteto e paisagista bastante conhecido à época, o Palácio de Cristal foi construído no parque mais importante de Londres, o *Hyde Park*. Utilizando elementos de ferro, madeira e vidro pré-fabricados, esta inovação da construção civil permitiu que a montagem fosse feita no local, podendo, mais tarde, ser remontada em local diferente. Surge um novo conceito de pré-fabricação que mais tarde se tornaria uma tendência mundial. Após a exposição o Palácio de Cristal foi remontado no *Sydenham Hill*, onde permaneceu até ser destruído por um incêndio, em 1936.

O luxuoso espaço, composto por gigantescos pavilhões, abrigava quadros, esculturas, monumentos de bronze, estátuas de mármore e chafarizes juntamente com as máquinas de fiar, de fazer renda, de fabricar envelopes, teares a vapor, bombas centrífugas e locomotivas em miniatura.

Notamos oscilações na percepção de Benjamin. Seu olhar melancólico, fruto de um momento delicado de sua vida, enxergava esses grandes eventos como “centros de peregrinação ao fetiche mercadoria” (Ibid., p.57), onde pessoas alienavam-se ao contemplar o espetáculo da indústria capitalista, mas seu olhar provocante admitia que as Exposições Universais promoveram o encontro da multidão com a arte, entre outros encontros que trataremos mais à frente.

Benjamin percebe que o novo cenário estava montado para o homem moderno ocupar o seu lugar. Esse homem movido pelo frenesi de uma nova época circulava acelerado esperando a festa cujo espetáculo era as técnicas industriais. Estávamos diante de uma época (século XIX) que Gilles Lipovetsky considera o nascimento dos mercados de massa.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Paris realizou sua primeira Exposição Universal em 1855, no *Champs de Mars*. A Europa se encontra novamente para compartilhar as inovações da técnica industrial e as artes plásticas. Para Benjamin, o sucesso dessas exposições foi confirmado, entre outras coisas, pelo número de expositores neste evento: 80.000; a de Londres, em 1851, foram 14.837. Mais uma vez o espetáculo começou pela arquitetura ao projetar o Palácio da Indústria. A construção utilizou novos materiais como pedra, ferro e zinco. Os custos atingiram 11 milhões de francos. Seis pavilhões tinham os seus espaços internos iluminados por enormes tetos de vidro. As pinturas em vidro que ornamentavam o palácio retratavam pessoas em tamanho natural.

Os corpos se integravam ao espetáculo, que aguçava os seus sentidos. Os olhos se ofuscavam diante das locomotivas expostas nos salões, os ouvidos ficavam surdos pelo barulho das máquinas que fiavam a lã, batiam o grão, extraíam carvão e fabricavam chocolate. Cores, luzes, sons e aromas, tudo foi pensado e montado para seduzir o visitante e despertar o desejo por um novo mundo.

Essa exposição confirmou o desenvolvimento dos meios de produção e como a de Londres, em 1851, também produziu novas sensibilidades que fizeram os homens terem novos olhares sobre o mundo.

Percebemos uma fusão do espetáculo com os espaços e os corpos, excitados pelo áudio-visual e pelo gigantismo dos pavilhões. Este cenário nos remete aos estudos de Maffesoli sobre orgiasmo, mais um olhar das relações festivas e da teatralidade cotidiana.

Ao fazer a mímica da desordem e do caos por meio da confusão dos corpos, o mistério dionisíaco funda periodicamente uma nova ordem e, assim, sublinha também a preeminência do coletivo em relação ao individualismo, bem como em relação ao seu correlato racional, que é o social. (1985, p.21)

Uma nova ordem surge da desordem característica da efervescência que pulsa nos momentos orgiásticos. Esses fenômenos representados por Dionísio, Deus do vinho e do sexo, são analisados por Maffesoli, que toma como base os excessos, verdadeiras aberrações, desenvolvidos nas festas populares e no carnaval da Idade Média. É o que Bakhtin chama de realismo grotesco, uma concepção estética de vida marcada pela cultura cômica popular. O grotesco era representado nos rituais pelas ações banais



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

cotidianas como beber, comer, falar palavrões e fazer sexo, por exemplo, parodiadas pela marca do exagero. Era a oportunidade que o povo tinha para vivenciar intensamente prazeres que fora dos momentos festivos deviam ser moderados.

Maffesoli analisa sociologicamente o orgasmo social como uma prática essencial à socialidade, termo que ele defende como experiências vividas em coletividade libertas das algemas do social, representado por uma vida oprimida pelo controle social. Para o autor, o orgasmo “é uma ‘forma’ que permite compreender uma multiplicidade de situações que, por estarem menos delimitadas, escapam em grande parte à injunção moral” (Ibid., p.24). Ele dissolve as diferenças, integra o corpo a um todo, seja pelo amor, seja pela dor. Isso nos sugere o homem moderno se integrando ao espetáculo das exposições universais. Inserido no cotidiano, o orgasmo relativiza a ordem que se impõe e permite que as paixões circulem e que a vida seja recriada a cada dia. É a teatralidade cotidiana, uma forma de resistência cultural que transcende aos interesses político, econômico e social.

As narrativas de Benjamin sobre a Paris do século XIX, seu olhar sobre a Modernidade, ora melancólico, ora entusiasmado, foram a nossa inspiração para a análise das Exposições Universais. Precisávamos de um caminho que nos permitisse fugir do roteiro que afirmava ser este evento uma representação fria do espetáculo industrial capitalista. Encontramos o caminho na Nova História Cultural. Quanto mais líamos sobre os estudos culturais contemporâneos mais tínhamos certeza da escolha do evento e do caminho a ser percorrido.

O estudo desse grande evento e sua dinâmica, seus legados arquitetônico, social, cultural, comunicacional, que transcenderam o legado econômico, nos fez acreditar mais ainda (se é que isso é possível) na importância dos estudos sobre os megaeventos contemporâneos. Quando pensamos em pesquisar sobre esse fenômeno de comunicação, precisávamos escolher um aspecto da cidade que sofresse um impacto relevante durante a sua realização. Escolher a violência urbana não foi difícil.

Nos Jogos Pan-Americanos de 2007, a segurança pública foi um dos segmentos mais observados pela mídia e pela cidade. A polêmica se iniciava. As pessoas lotaram os equipamentos esportivos e as ruas do Rio de Janeiro, certas de que estavam seguras. Após o evento, a Secretaria de Segurança Pública do Estado anunciava uma redução de



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

60% no índice de criminalidade. O povo perguntava por que esse cenário só se revelava em tempos de megaeventos? Estudaremos estas questões por meio das narrativas do jornal *O Globo*. Para isso, vamos buscar o embasamento para a nossa análise das matérias jornalísticas nos estudos da violência e das representações, nosso próximo tema.

3 - Temores da cidade: medos possíveis, violência urbana e representações

De fato, saber que é este mundo assustador não significa viver com medo – pelo menos não 24 horas por dia, sete dias na semana (...) Podemos até nos divertir com as “advertências globais”. Afinal, viver num mundo líquido-moderno conhecido por admitir apenas uma certeza – a de que amanhã não pode ser, não deve ser, não será como hoje – significa um ensaio diário de desaparecimento, sumiço, extinção e morte. (BAUMAN, 2008, p.12)

Os medos invadem as nossas vidas e transformam nossa maneira de ser, de pensar, de amar. Sentimos medo de não ter medo. Excepcionalmente, este estado de “sólidas” perturbações se dissolve no calor dos megaeventos. É um tempo de trégua. A cidade fica mais segura por estratégias especiais de segurança pública. A população praticamente esquece os medos da rua e do outro. A mídia, que dispensa espaços significativos às narrativas de violência urbana, aparentemente muda o seu discurso e propaga diariamente que a cidade está mais segura, convidando o povo à lúdica entrega do momento festivo, sem medo de ser feliz. Este é o pressuposto que nos seduz investigar. Já que neste trabalho o comportamento da violência urbana será observado através das representações midiáticas, vamos prestigiar neste capítulo os estudos sobre o medo e a violência, além das teorias de representações que nos inspiram.

Sobre a dinâmica do medo, Bauman afirma que se torna mais assustador aquele em que não se tem um motivo real para senti-lo. Um medo sem vínculo, desancorado, que muda a nossa percepção do mundo e nos coloca permanentemente em suposto perigo, ameaçados por alguma coisa muito ruim que não sabemos como e quando vai acontecer. Pior, se vai acontecer.

Esse sentimento de insegurança provoca um pânico generalizado que nos faz reféns, dentro das nossas próprias casas, de opressores ocultos, evitando o que menos



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

deve ser evitado: a sociabilidade que pulsa no convívio em comunidade, situação que favorece apenas “comunidades de ocasião (...) construídas em torno de eventos, ídolos, pânicos ou modas” (BAUMAN, 2004, p.51). A produção desse sentimento de não-pertença é gerada, entre outras coisas, pelo caos social que inibe o desejo de vínculos com grupos, esvaziando o espaço urbano.

Diariamente, por mais que vivamos criando estratégias para estabilizar determinada ameaça, novos perigos são anunciados. Tentamos nos acostumar a viver com medo, inclusive daquilo que talvez nunca aconteça. Bauman chama atenção para o lucro que esse hábito traz a indústria do medo.

A combinação de medo e violência altera o cotidiano e produz mudanças sociais, gerando novas formas de discriminação social e segregação, que encontra seu lugar mais confortável na reconfiguração do espaço urbano. A mídia, por sua vez, legitima o que Philippe Joron chama de um “espírito de violência” (2006, p.129) que atinge a todos e incentiva o desenvolvimento de estratégias de proteção, bem como suscita preocupações de ordem étnica que estimulam preconceitos e referências negativas aos já marginalizados. Para o autor, os fatos de violência que se inscrevem no cotidiano urbano e que atingem e transformam os hábitos da população, sugerindo novos tipos de sociabilidade, oferecem-se à mídia como uma fonte inesgotável de produção jornalística, pois a violência é extremamente comunicativa.

Nestes casos, as palavras lapidárias dão o tom, emanadas por responsáveis políticos ou provedores da ordem e transmitidas em seguida pela mídia, que deve encontrar um compromisso entre os títulos de choque e as análises, entre sensacionalismo e o debate de fundo, diluídas, enfim, nas nebulosas psíquicas da opinião pública (Ibid., p.128).

Para Teresa Caldeira, a violência urbana e o discurso midiático vêm modificando o imaginário das megalópoles. Não foi só o crime que aumentou. As instituições que têm o dever de proteger o cidadão e elaborar estratégias de prevenção também estão cada vez mais violentas. Tentar compreender esse aumento constante significa refletir sobre um possível colapso da segurança pública, do judiciário, enfim, das medidas modernas de combate ao crime. Ouvir os moradores da cidade e sua percepção sobre as ações adotadas pelo Estado também é de grande importância para tal reflexão.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

O aumento da violência é resultado de um ciclo complexo que envolve fatores como o padrão violento de ação da polícia, descrença no sistema judiciário como mediador público e legítimo de conflitos e provedor de justa reparação; respostas violentas e privadas ao crime; resistência à democratização; e a débil percepção de direitos individuais e o apoio a formas violentas de punição por parte da população. (2000, p.101)

Caldeira considera a construção de muros a mais emblemática das estratégias, que simbólica ou materialmente “estabelecem diferenças, impõem divisões e distâncias, constroem separações, multiplicam regras de evitação e exclusão e restringem os movimentos” (Ibid., p.9).

Sodré considera que os meios de comunicação de massa, assim como outras formas de poderes tecnoburocráticos, produzem novas formas de sociedade que se caracterizam por uma estetização do cotidiano – “generalização banalizada da forma-espetáculo” (1992, p. 49) - que estabelece um novo *ethos* (e interfere nas formas tradicionais de sociedade), mas levanta a questão da permanência do que se tem chamado de valores essencialmente éticos. Nesse contexto, a comunicação gera ideologias de toda ordem, enfraquecendo as representações tradicionais. Criam-se funções que buscam compensar a falta de éticas moral e política e funções que reduzem a pluralidade dos modos de comunicação entre as pessoas. Segundo Sodré, a publicidade e os *mass media* têm contribuído bastante para a eficácia dessas funções estetizantes.

Tudo isso concorre para o desenvolvimento de cidades desordenadas que prestigiam “territórios humanos restritos, onde as pessoas tendem a comprimir-se psicologicamente sobre si próprias e, fisicamente, sobre as outras, em meio à onipresença do conflito entre miséria e riqueza” (Ibid., p. 57). Este tipo de organização espacial e social ignora os laços comunitários e as necessidades do meio ambiente, favorecendo o ciclo de violência.

Ricardo Ferreira Freitas tem uma produção extensa sobre o medo que se alimenta da violência urbana e que se manifesta de diferentes maneiras na vida do homem e da cidade. O autor ilustra seu trabalho com reflexões sobre os condomínios fechados do emblemático bairro da Barra da Tijuca e os shopping centers, equipamentos urbanos que propõem o consumo e o lazer como aspectos fundamentais à vida



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

cotidiana, além de uma suposta segurança. Para o autor, todos esses sentidos que permeiam o imaginário urbano, como o pânico, o medo, a emergência, são também estimulados pela mídia, uma vez que “a dor, sempre presente na história dos corpos humanos, parece ter se tornado o ingrediente fundamental à construção das notícias que abordam a violência” (2005, p. 2).

A publicidade e a propaganda de produtos que prometem salvar as pessoas de iminentes perigos incentivam a fuga para o espaço privado em detrimento do espaço público. Nesse sentido, Freitas constata o sucesso desse mercado pelo crescente número de shopping centers, centros empresariais, condomínios fechados, empresas de vigilância e companhias de seguros. Um paradoxo estranho se estabelece na vida do homem urbano contemporâneo: o corpo feliz, distraído pelo entretenimento, só se sente livre se preso entre telas e muros seguros.

3.2 – As vozes das representações

(...) os diversos rituais contemporâneos, modas vestimentárias, lingüísticas, ideológicas, sexuais, mesmo sendo feitos das individualidades particulares, agem, em retorno, sobre essas, para fazer delas pessoas membros de um dado grupo. O fato comunicacional é, assim, a causa e o efeito do pluralismo pessoal. (MAFFESOLI, 2005, p.315)

As representações se desenvolvem a partir das interações sociais e são responsáveis pela identificação de grupos sociais, gerando comportamentos e práticas. Elas são munidas de uma força que integra os homens, constroem a realidade. A comunicação, por sua vez, participa ativamente desse processo, uma vez que as representações se formam e são transmitidas nas ruas e na mídia. Os espaços públicos são o cenário em que atores sociais se encontram para trocar experiências e dar sentido ao cotidiano. Esta rede reduz perspectivas individuais e estimula a construção de um conhecimento coletivo.

Para Maffesoli, o homem se define pela multiplicidade de informações que recebe nas relações sociais e na comunicação, tornando-o “um ‘efeito de composição’, daí seu aspecto compósito e complexo” (Ibid., p.305). Mas, para o autor, não há um conceito preestabelecido porque as representações coletivas desdobram-se em aspectos



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

emocionais e intelectuais que corroboram para a sua construção. O indivíduo está longe de ser solitário, homogêneo. Ele é mutante, “mostrando bem que a superfície da comunicação é uma reversibilidade constante entre pólos que são ora objetos, ora sujeitos, numa sucessão de seqüências que constitui o que se chama eu” (Ibid., p.311).

A comunicação é a mediadora de um mundo marcado pelas diferenças. A análise das representações deve observar os processos comunicativos e as práticas sociais da esfera pública. Esta relação se dá através de uma construção simbólica.

As representações que hoje são feitas do homem, da violência e das instituições que os cerca, são em sua grande maioria construídas pelos meios de comunicação de massa. Esses discursos, que têm ampla visibilidade, nomeiam e classificam as práticas sociais, produzindo significados.

Maffesoli indica que há uma prevalência do reconhecimento de um signo em conjunto sobre o particular. E assim nos reconhecemos no outro e vice-versa. O individualismo está saturado. O indivíduo é menos identidade e mais identificação. Neste momento, devemos retomar a distinção que o autor faz entre indivíduo e pessoa.

O indivíduo é a causa e efeito da lógica da identidade. Senhor de sua história, capaz, com outros indivíduos autônomos, de fazer a história do mundo, ele é educado para exercer uma função nas instituições programadas pela sociedade. A pessoa, em contrapartida, tem identificações múltiplas, suas máscaras (*persona*). (2004, p. 95 e 96)

A pessoa estaria impregnada pelas representações cotidianas, pelas múltiplas tendências, informações ideológicas, religiosas, publicitárias que marcam a memória coletiva, encurralando o individualismo. Somos plurais. Extravasamos esta pluralidade representando diversos papéis na sociedade. Maffesoli afirma que usamos estas máscaras nas conversas pela internet e nos *chats* através do nosso pseudo. Criamos situações inusitadas, somos herói, bandido, “reconhecem-nos neste ou naquele animal, realimentam-nos nos elementos primordiais da natureza: água, céu, terra, fogo, judiciosamente apresentados em forma de espetáculo” (Ibid., p.97).

Apesar das representações serem analisadas com a ajuda de símbolos, há que se ter cuidado na ação de sua compreensão, pois, conforme Durkheim, “é preciso saber atingir a realidade que ele figura e que lhe dá sua verdadeira significação” (1989, p. 206). Também devemos ter cuidado com as nossas próprias subjetividades, que



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

influenciam nossa interpretação, uma vez que ao praticar a análise, estamos (re)apropriando as representações, já carregadas das percepções do grupo social do autor, e criando outras novas. Estas reflexões revelam-se importantes para este trabalho, especialmente para a contextualização das matérias jornalísticas sobre violência urbana na cidade do Rio de Janeiro durante os Jogos Pan-Americanos de 2007.

Neste artigo contemplamos recortes dos capítulos já finalizados de nossa dissertação. Além do presente texto, estamos produzindo os capítulos intitulados Mídia e violência e Do caos a tranquilidade: um estudo sobre as representações midiáticas da violência urbana no Rio de Janeiro, onde apresentaremos a análise das narrativas do jornal *O Globo*.

4 – Bibliografia

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. *Medo Líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BURKE, Peter. *O que é história Cultural?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CALDEIRA, Tereza Pires do Rio. *Cidades de muros: crimes, segregações, cidadania em São Paulo*. São Paulo: Edusp/Editora 34, 2000

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. 2ª ed. São Paulo: Editora Paulus, 1989.

FREITAS, Ricardo e NACIF, Rafael (org.). *Destinos da cidade: comunicação, arte e cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2005.

HAMAM, Roosevelt. *O evento integrando o mix da comunicação*. In: KUNSCH, Margarida (org.). *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo, Pioneira, 1997.

HELAL, Ronaldo. *Futebol, cultura e cidade*. In Logos. Rio de Janeiro, número 5, 1996, página 5.

JORON, Philippe. *A comunicação sacrificial*. In: Famecos: mídia, cultura e tecnologia, nº 29. Rio Grande do Sul: Pontifícia Universidade Católica, abril, 2006.

KOTHE, Flávio R. (Org.). *Walter Benjamin, sociologia*. São Paulo: Ática, 1991.

LYPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

MAFFESOLI, Michel. *A parte do diabo: resumo da subversão pós-moderna*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

_____. *No fundo das aparências*. 3ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

_____. *A sombra de Dionísio: contribuição a uma sociologia da orgia*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

MORIN, Edgar. *O método 6: ética*. 3ª Ed. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

SODRÉ, Muniz. *O social irradiado: violência urbana, negrotesco e mídia*. São Paulo: Cortez Editora, 1992.