

Da cidade aos meios: as narrativas da violência e o bairro da Barra da Tijuca

Ricardo Ferreira Freitas*

Roberta Lessa**

RESUMO

Neste trabalho, são estudadas algumas representações que a mídia ajuda a construir sobre a violência e a degradação social. O jornalismo impresso tem cedido cada vez mais espaço aos fatos relacionados à violência urbana, com volumosa ênfase, no caso brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro. Com isso, o medo e o pânico são componentes cada vez mais presentes nas vidas dos cidadãos, provocando a fuga ao espaço privado em detrimento do público. Como material de análise, trabalhamos com as matérias jornalísticas e os anúncios publicitários sobre o bairro da Barra da Tijuca veiculados pelo jornal O Globo no período de agosto de 2003 a junho de 2005. **Palavras-chave:** Comunicação; narrativas; cidade; violência; Barra da Tijuca

RÉSUMEN

*En este trabajo, son estudiadas algunas representaciones que los medios de comunicación masiva ayudan a construir sobre la violencia y la degradación social. El periodismo impreso se ocupa cada vez más de la violencia urbana, con especial énfasis, en el caso brasileño, sobre la ciudad de Rio de Janeiro. Así, el miedo y el pánico son componentes bastante presentes en la vida de los ciudadanos, que valoran más el espacio privado que el público. Como material de análisis, trabajamos con los artículos de periódicos y los anuncios publicitarios sobre el barrio de la Barra da Tijuca publicados en O Globo en el periodo de agosto de 2003 a junio de 2005. **Palabras clave:** Comunicación; ciudad; violencia*

ABSTRACT

*This paper examines some representations about violence and social degradation that the media helps to build. The press has been giving an increasingly relevance to events related to the urban violence. The Brazilian newspapers have been exploiting these facts emphatically, particularly those occurred in the city of Rio de Janeiro. Fear and panic are becoming haunting elements in the lives of citizens, who are fleeing the public spaces and trying to find refuge in private places. As analysis material the author uses news and advertisements about the Barra da Tijuca published by the newspaper O Globo during the period ranging from August 2003 to June 2005. **Keywords:** communication - narratives - city - violence - Barra da Tijuca*

INTRODUÇÃO

Estamos todos acessáveis, mas não escapamos à violência; é um paradoxo, mas talvez justamente por estarmos assim tão acessáveis é que estejamos tão sujeitos a ela.

De qualquer modo, quer gostemos quer não, a violência apresenta-se como uma realidade antropológica e nosso tempo não foge a ela. (Contrera, 2002, p. 94)

Pânico, medo, emergência. Temas constantes no cotidiano dos cidadãos em várias partes do planeta. No Brasil, a violência é uma dos assuntos mais recorrentes na vida diária das cidades com importante destaque na grande mídia. De diversas formas, o perigo é narrado ou anunciado. A dor, sempre presente na história dos corpos humanos, parece ter se tornado ingrediente fundamental à construção das notícias que abordam a violência. Neste artigo, optamos em trabalhar esse quadro utilizando a mídia impressa como recurso analítico. O jornalismo impresso tem cedido cada vez mais espaço aos fatos relacionados à violência urbana, com volumosa ênfase, no caso brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, a propaganda veiculada nos jornais oferece uma intensa lista de produtos que propõem deixar as pessoas a salvo do perigo. Publicidades de alarmes para carro e rastreadores avizinham anúncios de empresas de vigilância e seguradoras nas páginas dos grandes veículos de comunicação.

As patologias ligadas ao terror também aumentam, exigindo de profissionais da saúde, do direito e de outras importantes áreas novas especializações para poderem lidar com os desafios do cotidiano urbano. O número de pessoas atingidas por armas de fogo e armas brancas demanda dos médicos, dos grandes hospitais públicos, habilidades

cirúrgicas atualmente consideradas como básicas. Ao mesmo tempo, cada vez conhecemos mais casos de pessoas com síndrome de pânico, doença provocada por falhas em neurotransmissores, mas que pode ser estimulada pelo estresse e pelo medo. Cresce, com isso, o número de seminários e cursos que tentam preparar psicanalistas e psiquiatras para a realidade dos nossos tempos. A área criminal, por sua vez, exige uma demanda cada vez mais impressionante dos advogados. Os técnicos de comunicação social também são obrigados a incorporar a reflexão crítica sobre a temática da violência no dia-a-dia de trabalho. Com o auxílio de sociólogos e outros estudiosos, os jornalistas constroem suas matérias na tentativa de evitarem erros teóricos ou históricos, os profissionais de relações públicas revêem as afinidades de suas empresas com as comunidades e os publicitários assimilam o medo como argumento narrativo.

Apostando em uma conversa entre a comunicação e a cidade, é nossa intenção apresentar algumas características da cultura de risco que se consolida no imaginário metropolitano globalizado, especialmente no Rio de Janeiro. Dos carros blindados às câmeras de vigilância, a cidade e o corpo continuam estabelecendo uma dialética fundamental à formação dos valores morais contemporâneos. Em “Carne e pedra”, Richard Sennett, ao analisar a relação entre o corpo humano e o espaço urbano na civilização ocidental, defende a hipótese de que os projetos arquitetônicos dos mais modernos edifícios colaboram com uma certa privação sensorial à qual o homem parece estar inexoravelmente condenado. A dor e o prazer são, nesse panorama, elementos fundamentais das narrativas urbanas. Na contemporaneidade, os empreendimentos imobiliários de moradia e de

consumo anunciam que podem resolver o problema da dor, guardando os corpos em espaços fechados e protegidos, e ainda oferecem o prazer nas inúmeras possibilidades de lazer entre muros presentes nesses espaços. Não é à toa que a publicidade da mídia impressa no Rio e em São Paulo é quase toda dominada por anúncios de vendas de apartamentos em grandes condomínios fechados e de objetos que podem ser comprados por telefone ou pela Internet. Para aqueles que ainda querem viver o consumo em um ambiente urbano, há os shopping centers. Entre cercas e telas, o consumidor dos nossos tempos tenta estar a salvo dos perigos veiculados pela mídia.

Como pano de fundo teórico para a metodologia aqui proposta, buscamos inspiração em Edgar Morin quando sugere que, para se manter o prazer pela pesquisa, deve-se misturar dosadamente os impulsos da paixão com os limites da razão (Morin, 2004)¹. O assunto violência é arriscado para o pesquisador por ser um tema que faz parte da sua vida. É necessário, portanto, manter aquela famosa distância pessoal do objeto de estudo sem, no entanto, deixar de ser apaixonado por ele. Assim, apoiamo-nos em leituras dos campos da sociologia urbana, da antropologia, das teorias da comunicação e da publicidade, acompanhadas de observação das notícias e das propagandas na mídia impressa. Para tanto, trabalhamos com as matérias jornalísticas e com os anúncios publicitários sobre a Barra da Tijuca no jornal O Globo de agosto de 2003 a junho de 2005.

O PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO DA VIOLÊNCIA

O Brasil está entre os países mais violentos do mundo; os números de homicídios são superiores aos países em guerra. Na última década, a sociedade civil despertou para o problema e organizou-se em

associações e em ONGs com o objetivo de criar e cobrar ações contra violência. A mídia assumiu um papel importante no debate público sobre a questão, tornou-se o “olhar do povo”, colocando em pauta crimes de diversas naturezas e ações de combate à violência de forma menos sensacionalista do que no passado.

Com o fim da ditadura, a imprensa pôde assumir uma função investigativa e denunciadora dos problemas públicos, tornando-se um local estratégico para o diálogo entre a sociedade civil e autoridades. Questões relevantes, como o Estatuto do Desarmamento, tiveram espaço de destaque na mídia, o que viabilizou discussões mais consistentes por parte da sociedade e agilizou as ações do poder público. Entretanto, são raras as pautas sobre violência dos meios de comunicação impressos que possuam uma cobertura mais aprofundada com dados estatísticos, opinião de estudiosos ou que ouçam entidades do terceiro setor. Em sua grande maioria, as matérias se limitam a relatar fatos sem seus desdobramentos, as notícias estão concentradas em pequenas notas, contém apenas o lead, impedindo a formação de opinião e posterior discussão.

O Rio de Janeiro é conhecido pelo senso comum como o estado brasileiro mais violento. Esse pensamento é corroborado pela imprensa que dedica grande parte de suas editorias na divulgação de crimes ocorridos no estado fluminense. Um estudo recente, feito pelo Centro de Estudos de Segurança e Cidadania (CESeC) da Universidade Cândido Mendes, analisou de que forma a mídia tem retratado a violência em três estados da Região Sudeste². Segundo o relatório do CESeC, o Rio de Janeiro foi assunto de 48,2% dos textos pesquisados. Entretanto, os números oficiais³ não seguem o mesmo caminho. Em 2004, o Rio de Janeiro registrou 6.438 ocorrências de homicídio contra

8.934 de São Paulo. Os furtos de veículo somam 52.092 no Rio e 186.272 em São Paulo. Os números de seqüestros são ainda mais contrastantes, 10 casos no Rio contra 112 em São Paulo.

O significativo espaço dedicado à violência nos jornais cariocas pode ser causa e consequência da sensação de medo internalizada pela população urbana. A cidade já incorporou a violência a seu cotidiano e a mídia é o espelho disso. As notícias de crime são relatadas através de um foco individualizado, ou seja, a partir de histórias particulares com superficial averiguação dos fatos e, muitas vezes, sem início e nem desfecho. É o fato e está acabado.

As reportagens atuais são menos sensacionalistas do que há tempos atrás. O respeito às vítimas e ao princípio da inocência presumida, no qual qualquer um é inocente até que se prove o contrário, têm sido considerados pela mídia imprensa. Infelizmente, programas e noticiários da televisão não possuem o mesmo cuidado, como o caso do programa “Linha Direta” exibido pela Rede Globo de Televisão que mistura ficção com fatos verídicos indo, muitas vezes, contra princípios constitucionais⁴.

A violência, nas grandes cidades, tornou-se parte do cotidiano, seus habitantes acumulam histórias pessoais que são divididas em conversas em família, entre amigos ou estranhos. Furtos, assaltos, tiroteios parecem ser as novas doenças dos “hipocondríacos urbanos”, as pessoas parecem colecionar experiências trágicas e gostam de compartilhá-las com outros, como se a violência fosse o ponto em comum entre os cidadãos da metrópole.

O ser urbano vive em um constante estado de alteração⁵, uma sensação de perigo eterna. Interessados neste público consumidor ávido por produtos ou serviços que ofereçam algum tipo de proteção e com alto poder aquisitivo, empresas de

equipamentos de segurança, como blindagem, cercas elétricas e uma infinidade de produtos, além de seguranças particulares⁶, trazem cada vez mais novidades para o mercado. A construção civil também percebeu as demandas dessa fatia do mercado e vem oferecendo empreendimentos nos quais a segurança é um diferencial de venda.

O Rio de Janeiro possui uma geografia e uma distribuição urbana que o diferencia de outras cidades brasileiras. As comunidades carentes, localizadas principalmente nos morros da cidade, estão em quase todos os bairros tanto ricos quanto pobres tornando os contrastes sociais mais acentuados. O bairro de São Conrado, Zona Sul da cidade, possui moradores com alto poder aquisitivo e podem ver de suas janelas a favela da Rocinha, uma das maiores do Brasil. A praia também é um local de mistura das classes sociais cariocas. A proximidade com as camadas mais carentes e o marcante contraste social traz insegurança, a moradores dos grandes condomínios e turistas, mas, ao mesmo tempo, possibilita a construção de uma cultura popular diversificada e plural, na qual o medo se associa à alegria e à irreverência.

A Barra da Tijuca é uma exceção dos bairros cariocas. Com um projeto urbanístico diferenciado do resto da cidade, a Barra da Tijuca tenta se proteger dos perigos do Rio de Janeiro. Os grandes condomínios fechados e os shopping centers tentam oferecer uma idéia de proteção total aos seus moradores e freqüentadores. Os anúncios dos empreendimentos da Barra apresentam um forte esquema de segurança, circuito interno de televisão, seguranças particulares, grades, cercas elétricas e rígido controle do fluxo de pessoas em suas dependências.

CENAS DA CIDADE: JOGOS, ARMAS E POLUIÇÃO NO COTIDIANO URBANO

A violência faz parte da história da humanidade, não sendo, como sabemos, característica exclusiva da contemporaneidade. Ao longo dos milênios, os homens se agrediram uns aos outros alegando razões de diferentes ordens: instinto de sobrevivência, guerras religiosas, disputa pelo território, conflitos étnicos, entre muitas outras. Nos dias atuais, é chocante perceber que todo o avanço tecnológico e científico dos últimos séculos não livrou as pessoas das diversas violências alimentadas pelas sociedades. Na contemporaneidade, esse quadro se expressa pelo horror, tendo a mídia como principal articuladora. As agressões vêm dos lados mais díspares atingindo nossas vidas ou nossos objetos: assaltos, homicídios, vírus de computador, acidentes de trânsito. A cidade contemporânea é um permanente desafio, onde as inúmeras espirais de violência são implacavelmente representadas pelos meios de comunicação. Não há como não estar em contato com o medo. Ele é vivido na rua, no espaço público, ou na mídia; neste último caso, os requintes dos detalhes são cobertos de maneira objetiva para que o cidadão possa acompanhar (lendo, vendo ou ouvindo) a próxima tragédia rapidamente. Escolhemos, neste trabalho, a Barra da Tijuca como campo de estudos por ser o bairro que mais cresce no Rio de Janeiro e também por ser um bairro com o qual a mídia ocupa expressivo espaço tanto no jornalismo como na publicidade. Segundo o Instituto Pereira Passos (IPP), em 2020, a Região Administrativa da Barra da Tijuca (Recreio, Vargem Grande, Vargem Pequena, Camorim, Joá, Itanhangá, Grumari e Barra da Tijuca) terá 507.520 habitantes. Hoje, são mais de 200 mil habitantes de acordo com o último censo do IBGE.

As manifestações da violência no cotidiano urbano acontecem de diversas maneiras. Assaltos, acidentes de carro, furtos, tráfico de drogas, arrombamentos e fraudes são alguns dos assuntos recorrentes na leitura diária dos jornais. Esse repertório de agressões incrementa o medo das pessoas pelos espaços públicos da cidade e, ao mesmo tempo, constrói um imaginário de banalização da violência, no qual armas e quadrilhas são fortes elementos. Nem mesmo, as antigas brincadeiras de crianças que simulavam guerras entre bandidos e mocinhos mantêm os personagens de antes. Hoje, os jogos de rua são preferencialmente entre bandidos e bandidos e, quando há a presença do mocinho, ele não é mais o herói e, sim, o otário. A edição do Globo de 28 de junho de 2005 exemplifica bem essa questão com a matéria “Meninos brincam de ser bandidos em acesso à Avenida Ayrton Senna”, na qual é narrada a história de crianças de cerca de oito anos que fingem atirar nos carros e fechar uma das pistas da famosa Avenida do bairro da Barra da Tijuca com armas de plástico e de madeira. A brincadeira reproduz os assaltos que acontecem com frequência naquele ponto. O herói, nesse caso, é o transgressor, o fora-da-lei, personagem que exerce fascínio entre as crianças de algumas comunidades devido ao poder que desfrutam.

Na mesma edição, na página 15, encontramos a reportagem “Confronto na Rocinha fecha a Lagoa-Barra”. A Lagoa-Barra é uma das principais vias de ligação entre a Barra da Tijuca e a Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. No dia 27 de junho, devido ao conflito entre traficantes da Rocinha e do Morro do Vidigal, a Auto-Estrada ficou fechada à circulação nos dois sentidos durante dez minutos, causando transtornos de horas no trânsito da cidade. Um estudante de quinze anos morreu e três pessoas ficaram feridas em uma guerra que começou, há

mais de um ano, na Sexta-Feira Santa de 2004. O confronto teve a participação da polícia. Este episódio, comum a algumas grandes cidades da América do Sul, obteve página quase inteira no Globo, com fotos, mostrando o desespero daqueles que se mudaram para a Barra da Tijuca por acreditarem que estariam longe dos malefícios da cidade.

Em um outro viés comunicacional, no caderno de classificados da mesma edição, é anunciado um condomínio fechado de casas em um dos lugares que compõem a Região Administrativa da Barra, a Vargem Grande. “Um novo estilo de viver” propõe o anúncio de 40 residências, com piscinas exclusivas, com “muito ar puro, muita natureza, muito verde, muita saúde e segurança total”. Ao longo da nossa pesquisa, temos encontrado quase diariamente anúncios com essa mesma argumentação (em geral as novas tecnologias de informação e de vigilância também fazem parte da proposta) no primeiro caderno do jornal, muitas vezes ao lado de matérias que denunciam os problemas de segurança pública do bairro. Apontamos, a seguir, alguns outros exemplos.

Na edição de 13/04/2003 lemos a publicidade do condomínio Fontana di Trevi. “Três quartos na Barra com qualidade de vida e segurança”, na de 22/11/2003 lê-se “Americas Park, o melhor ponto da Barra. Oportunidade de morar com qualidade de vida e investir com segurança”, em 30/11/2003 “Le Parc Residential Resort. Total segurança” e em 20/03/2004 lê-se “Garanta seu lugar no paraíso. Barra Golden Green. Segurança total”. Paralelamente, na seção de notícias locais, estão presentes matérias que refutam essa idéia de “segurança total”, mostrando que apesar dos condomínios fechados, a Barra não está livre das situações de perigo da cidade do Rio de Janeiro. Violência entre moradores, prostituição e tráfico de

drogas podem ser encontrados dentro dos muros dos condomínios do bairro: “Mais pancadaria em condomínio da Barra – ‘Penetra’ sai de festa com clavícula deslocada”, noticiava uma manchete em 05/04/2004, “Confusão em festa na Barra termina com cinco feridos a faca” dizia a edição de 30/03/2004 e em 21/09/2003 vemos publicada matéria com estatísticas sobre assaltos no Rio, cuja manchete foi “Barra agora apela para a segurança eletrônica – Bairro é o primeiro lugar em assaltos a residência”. Já em 16/07/2003, lê-se “Prédio da Barra tinha dois bordéis – Polícia prende três supostos agenciadores em apartamento com 12 prostitutas”, em 25/07/2003 “Prostitutas detidas em condomínios na Barra – Três pessoas autuadas por exploração”, na edição de 26/10/2003 vemos “Jovens de classe média transformam seus apartamentos em ‘bocas-de-fumo’ – A polícia acredita que o tráfico no asfalto, especialmente na Barra, já atenda a 40% da demanda dos condomínios do bairro” e em 12/04/2003 “PF prende universitário por tráfico – Estudante distribuía drogas em faculdades e shoppings da Barra”.

Simultaneamente, as promessas imobiliárias continuam, como vemos na edição do Globo de 08/11/2003, “Bem-vindo à Península. A Barra está ganhando seu primeiro bairro ecológico. Um espaço privilegiado onde a natureza, na sua forma mais bela, foi totalmente preservada”. Isso ocorre enquanto o mesmo jornal noticia a situação precária das lagoas e das praias do bairro, em 30/09/2003 “A Barra das duas mil palafitas – Ocupação irregular aumenta lixo na Lagoa da Tijuca a ponto de prejudicar dragagem” e em 23/11/2003, “Em defesa da Barra - Moradores cobram soluções para saneamento, segurança e transporte no bairro”. Na edição de 28 de junho de 2005, a mesma que abordou as crianças na Ayrton Senna e a interrupção da Auto-Estrada Lagoa Barra, constatamos, mais uma vez, uma

outra questão que se transforma em problema exponencial no “paraíso”: o meio ambiente. “Programa de saneamento chega ao Bosque da Barra”. Apesar de ser um bairro jovem na história do Rio, a Barra é um dos lugares com mais problemas ambientais devido, sobretudo, ao não tratamento de esgoto na maioria de seus condomínios e com o pouco caso dos poderes públicos para resolver o problema que, a cada ano, fica, obviamente, mais grave.

Com esses exemplos tentamos mostrar que a violência tão cultivada pela mídia brasileira, encontra no Rio de Janeiro, cidade sul-americana com enorme visibilidade internacional, um ambiente de grande produção de narrativas jornalísticas sobre o medo e o pânico. Daí, o desenvolvimento de bairros como a Barra da Tijuca que tentam negar os problemas da cidade. Mas, os transtornos urbanos vão além do território de cada metrópole por serem questões do país e do continente sul-americano. Na verdade, muitas dessas questões são globalizadas. O Rio, por ser uma cidade-referência, acaba sendo a vítima nesse panorama. Como vemos, as agressões sofridas não são características exclusivas do Rio de Janeiro, mas frutos de um modelo político falido, no qual a violência não se manifesta somente por roubos e assassinatos, mas também pelas agressões ao meio ambiente, pela falta de educação escolar para as crianças e pelos assustadores índices de desemprego.

OUTRAS CONSIDERAÇÕES

A violência urbana é um assunto que requer diversos tratamentos investigativos e científicos. Optamos pela mídia impressa para realizar estudos nessa temática, por acreditarmos que podemos contribuir com reflexões importantes às diferentes áreas da comunicação social. A escolha do bairro se baseia na mesma proposta. Na Barra da Tijuca, percebemos que os moradores vivem, no seu

cotidiano, uma grande confusão simultânea de tempos e espaços, misturando as atividades de labor, estudo, recreação e ócio, entre outras, sempre à luz da proteção ao perigo. O bairro é concebido como um grande arquipélago, no qual suas ilhas – os condomínios fechados, os shopping centers e os centros empresariais – são interligados por grandes avenidas projetadas para se passar em alta velocidade. Assim, a forma dos espaços deriva, como diria Sennett (1997, p.300), das vivências corporais específicas do povo ali instalado. O crescimento do número de clubes e academias de ginástica, inclusive dentro de universidades privadas, demonstra como o habitante procura o lazer associado a ordens transnacionais de consumo da segurança. A promoção do entretenimento e da moradia combinados à proteção do corpo, neste caso, acaba sendo um dos mais fortes argumentos publicitários da contemporaneidade.

Globalizada e envenenada pela estética *Miami*, a Barra da Tijuca é elencada por atividades diretamente ligadas ao consumo que ajudam a construir uma nova espécie de sujeito, mais do que nunca contaminado pelas supostas benesses do capital. Apesar da praia arrebatadora e das montanhas ainda existentes ao redor do bairro, seus moradores preferem a reclusão em grupos, exemplificando a noção de tribos urbanas que Michel Maffesoli sustenta há anos em suas obras. Em boates, academias, malls, pedaços quase privados de areia na praia ou nas áreas dos condomínios fechados, cidadãos pensam afirmar-se como seres autônomos que transitam entre as tribos que bem escolhem. A análise dos anúncios estudados corrobora essa idéia já que em todos encontramos as mesmas promessas de lazer protetor do corpo humano em relação aos males urbanos. Mas, como já dissemos, a realidade é cruelmente outra. A mídia tem exemplificado e influenciado esse panorama com inúmeros fatos nas páginas policiais,

escancarando, nas duas últimas décadas, a falência do projeto de oferecer um bom nível de vida isolada e protegida dos horrores da violência na cidade do Rio de Janeiro. Do lado de fora dos muros, esses sintomas também são brutalmente evidenciados nas estatísticas de acidentes de trânsito, nos índices de roubos e furtos a carros e nos quilômetros de praia já assassinados pela poluição na Barra da Tijuca.

Com a globalização, algumas cidades são assaltadas por códigos transnacionais, da ordem do consumo, que neutralizam suas variáveis culturais mais profundas, misturando-os ao imaginário local. O Rio de Janeiro é importante partícipe desse processo e tem na Barra da Tijuca um bairro emblemático. Neste sentido, a academia deve estabelecer discussões mais freqüentes sobre as novas propostas de lazer e de consumo enquanto fenômenos econômico e cultural das metrópoles, especialmente quando eles são articulados ao excesso de violência. Por esse motivo, neste artigo, a dor, o prazer, a liberdade e a arbitrariedade são temas constantes, apesar de parecerem contraditórias em um primeiro olhar.

A partir da relação entre a comunicação e a cidade, analisamos as contradições entre as propostas publicitárias e as matérias jornalísticas para tentarmos compreender os mecanismos de defesa que o cidadão do Rio de Janeiro desenvolve ao tentar fugir da violência urbana em busca de liberdade e livre arbítrio no seu cotidiano. Paradoxalmente, esta liberdade se dá entre grades e muros, configurando-se, assim, uma nova espécie de adaptação do corpo humano em relação à cidade. É o caso do bairro da Barra da Tijuca, que, tentando reinventar o conceito de comunidade, oprime os moradores ao lazer territorializado. A dor é pública, devido à violência; já o prazer é privado, posto que só pode ser plenamente exercido se for longe do perigo, ou seja, da cidade aberta e pública.

NOTAS

(1) 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. É viver, sem jamais deixá-lo degradar, um jogo de yin e yang entre razão e paixão, que não somente as mantém uma à outra, mas onde a excrecência de uma estimula o crescimento da outra.” (2004, p. 153)

(2) O CESeC realizou uma pesquisa quantitativa com 2.514 textos jornalísticos, veiculados por três jornais de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo ao longo de 35 dias distribuídos por cinco meses do ano de 2004 (maio a setembro). O relatório completo da pesquisa está disponível no site www.ucamcesec.com.br.

(3) Números das Secretárias de Segurança dos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo.

(4) “Discurso e Mídia: de Tramas, Imagens e Sentidos – Um Estudo do Linha Direta” – dissertação de mestrado defendida por Kleber Mendonça na Universidade Federal Fluminense (UFF) em 2001.

(5) Ortega y Gasset, José. **O homem e a gente**. Tradução: J. Carlos Lisboa. Livro Ibero Americano. Rio de Janeiro, 1973.

(6) Em 2000, havia 540.334 vigilantes privados cadastrados na Polícia Federal, divulgados Plano Nacional de Segurança Pública do Partido dos Trabalhadores. Considerando-se a vigilância particular clandestina e os agentes de segurança pública no segundo emprego, o contingente de vigias particulares, no Brasil, pode chegar a mais de um milhão de pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. Tela total. Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre, Ed. Sulina, 1997.
- CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1995.
- CANEVACCI, Massimo. A cidade polifônica – ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo, Studio Nobel, 1993.
- DEBORD, Guy. La société du spectacle. Paris, Gallimard, 1992.
- DUMAZEDIER, Joffre. Lazer e Cultura popular. Editora Perspectiva. 1976
- _____. Vers une civilisation du loisir?. Paris, Editions du Seuil, 1962.
- FREITAS, Ricardo F. Centres commerciaux: îles urbaines de la postmodernité. Paris, L'Harmattan, 1996.

_____. (org.) Desafios contemporâneos em comunicação – perspectivas de relações públicas. São Paulo, Summus Editorial, 2002.

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

CONTRERA, Malena S. Mídia e pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo, Annablume/Fapesp, 2002.

MAFFESOLI, Michel. No fundo das aparências. Petrópolis, Ed. Vozes, 1996.

_____. La transfiguration du politique – la tribalisation du monde. Paris, Grasset, 1992.

_____. O tempo das tribos – o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1987.

MORIN, Edgar. La méthode 6 – Éthique. Paris, Seuil, 2004.

SENNETT, Richard. Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro, Record, 1997.

* **Ricardo Ferreira Freitas** é professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Doutor em sociologia pela Universidade Paris V/Sorbonne, mestre em comunicação e cultura pela ECO/UFRRJ e graduado em relações públicas pela Uerj. Autor de *Centres commerciaux: îles urbaines de la post modernité*. Paris, L'Harmattan, 1996. Organizador, com Luciane Lucas, de “Desafios contemporâneos em comunicação”. São Paulo, Summus editorial, 2002. Email: rfreitas@uerj.br

** **Roberta Lessa** é bolsista de Iniciação Científica, Pibic/CNPq, no projeto de pesquisa “Entre grades e muros: um cenário de comunicação, consumo e lazer na Barra da Tijuca”. É aluna de graduação do curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Uerj. E-mail: roberta_lessa@terra.com.br