

Insegurança e Medo – Exageros da Liquidez Midiática¹

Mônica Cristine FORT²
UTP

Resumo

Ecossistemas urbanos (re)constroem imaginários. Cenários ficam mais dramáticos em determinadas circunstâncias. Mesmo sem querer, diariamente se recebe uma série de informações por meio de produtos jornalísticos das chamadas mídias tradicionais, bem como pelos seus reflexos e repercussões nas redes sociais. É o resultado da relação sujeito-mídia, involuntária e compulsória, que amplifica fatos e provoca desconforto, indignação e, não raro, medo a quem recebe notícias. O presente artigo discute esse medo provocado pela mídia que pode levar a exageros quanto à preservação do corpo, da propriedade, da ordem social. Leva-se em consideração perspectivas de autores como Mix (2006), Martins (2011), Foucault (1970) e Durand (1997). Discutem-se notícias de veículos impressos e digitais que, entende-se, da seleção de pautas à elaboração de títulos, provocam angústias, alegrias e frustrações.

Palavras-chave: Medo; Mídia; Imaginário; Repercussão.

Abrimos o presente artigo relatando um episódio de março de 2015 que, em princípio, não estaria diretamente relacionado aos estudos da Comunicação Social por se tratar de experiência pessoal. No entanto, exemplifica o assunto e, por isso, foi considerado um bom ponto de partida para se discutir a insegurança e o medo provocados pela mídia. Uma amiga, ao saber que nos deslocaríamos de Curitiba, capital do Paraná, a Campinas, cidade do interior do estado de São Paulo, nos solicitou a gentileza de procurar nas farmácias da capital paranaense um determinado tipo de repelente de insetos porque, “segundo consta”, disse-nos ela, “é o único eficaz na prevenção de picadas do mosquito da dengue”. O pedido se devia à falta de tal produto nas farmácias da cidade. Compreensível, uma vez que Campinas também enfrentava a maior epidemia de dengue registrada até o corrente ano³.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Vice-líder do Grupo de Pesquisa INCOM – Interações Comunicacionais, Imagens e Cultura Digitais.

³ “O número de casos de dengue no país este ano, até o dia 28 de março, aumentou **240,1%** em relação ao mesmo período do ano passado. Até 28 de março, foram registrados 460,5 mil casos, contra 135,3 mil registrados no primeiro trimestre de

O curioso nessa história não é exatamente o pedido de nossa amiga que queria proteger sua família dos prejuízos e transtornos causados pela doença, mas sim a explicação. O produto estava em falta porque outros moradores da cidade estavam estocando o repelente em quantidades muito superiores às necessidades de suas famílias justamente porque já começava a escassear no mercado. Essa amiga relatou que uma colega em comum havia postado nas redes sociais (Figura 1) a façanha de seu funcionário que havia percorrido todas as farmácias da cidade comprando os repelentes que estavam disponíveis. Inclusive, postou foto no Instagram:



FIGURA 1 – Publicação no Instagram de pessoa que conseguiu adquirir grande quantidade de repelente por medo de contrair dengue em função de epidemia na cidade

FONTE: Instagram⁴

No texto que acompanhava a foto, a autora informava que devido ao grande número de casos de dengue registrados na cidade, não podia mais viver sem o tal repelente. Observamos que são mais de 40 embalagens do produto para uma família de quatro pessoas. Além da ostentação, comum nas redes sociais e que também tem sido objeto de investigações científicas, verifica-se no exemplo o medo que levou essa família com excelente condição socioeconômica a estocar um produto para defender sua saúde. A dengue se aproximava, então, já que a prevenção pregada há anos em campanhas do Ministério da Saúde não dá conta de acabar com a doença, pois depende de todos seguirem as orientações para que o mosquito não se prolifere, o ideal era a precaução. Mas seriam

2014, conforme balanço divulgado hoje (13) pelo Ministério da Saúde.” (LEAL, Aline. Agência Brasil, em 13/04/2015. Publicado por Brasil Post. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/13/dengue-brasil-aumento_n_7058274.html>. Acesso em 17 mai 2015)

⁴ Optamos por preservar a identidade da autora do post.

mesmo necessários tantos repelentes de uma só vez? E essa determinada marca é mesmo a única que protege contra o mosquito transmissor da doença?

Cabe comentar que, segundo notícias publicadas em veículos de comunicação do país, o aumento do número de casos de dengue se deu devido à escassez de água registrada em 2014/2015. A seca e a necessidade de se impor um rodízio no abastecimento das cidades⁵, onde os níveis dos reservatórios caíam cada vez mais, provocaram a população ao armazenamento de água (limpa), principal causa da proliferação do mosquito que provoca a doença.

O número de casos de dengue nas quatro primeiras semanas do ano aumentou 57,2% entre 2014 e 2015, saltando de 26.017 para 40.916 em todo o Brasil. Os dados foram divulgados neste sábado (7) pelo ministro da Saúde, Arthur Chioro. Entre outros motivos, o ministro atribui a expansão da doença à **crise hídrica**, que faz muitas pessoas estocarem água em casa. (LEAL, 07/02/2015)⁶

Aliás, o armazenamento de água também provocou a falta de outro produto: caixas d'água. Reportagem da Revista Época, assinada por Marina Ribeiro, em 05/02/2015, com o título *A escassez de caixas d'água em São Paulo*, informa que o dono de uma loja de materiais de construção de bairro na capital paulista disse ter vendido em uma semana maior quantidade caixas d'água do que no ano anterior inteiro. A situação se repetia em quase todos os estabelecimentos do setor: “‘Está em falta’; ‘Só tem por encomenda’; ‘O prazo de entrega é de 30 dias’”, são algumas das frases que interessados em comprar caixa d'água ouvem em São Paulo. Nas grandes lojas de material de construção os produtos se tornaram mais escassos do que a água.” (RIBEIRO, 05/02/2015)⁷

Esses episódios nos fazem lembrar do ano de 2009, quando o medicamento Tamiflu chegou a ser adquirido no exterior, por consumidores que podiam pagar até R\$ 1000,00 por uma caixa do remédio com dez cápsulas, porque era o antiviral mais eficiente no tratamento da Gripe A – H1N1 – e estava em falta no mercado farmacêutico nacional. Quem adquiria o produto não estava necessariamente com a gripe, mas com medo de contrair o vírus e, caso necessário, ficar sem o medicamento. Assim, era conveniente pagar

⁵ ESTADÃO CONTEÚDO. Na estação seca do ano, cidades de São Paulo voltam a racionar por risco de falta d'água. Publicado por Brasil Post, em 09/04/2015. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/09/cidades-voltam-rationamento_n_7028380.html>. Acesso em: 17 mai 2015.

⁶ Aline Leal, AGÊNCIA BRASIL. Novos hábitos resultantes da falta de água contribuem com explosão de casos da dengue no Brasil em janeiro de 2015. Publicado por Brasil Post, em 07/02/2015. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/02/07/dengue-falta-de-agua_n_6635594.html>. Acesso em: 17 mai 2015.

⁷ Mariana Ribeiro, Revista ÉPOCA. A escassez de caixas d'água em São Paulo. Publicado em 05/02/2015. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2015/02/bescassez-de-caixas-daguab-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 17 mai 2015.

caro por um medicamento, mesmo (e preferencialmente) que não fosse utilizado. A Gripe A foi considerada uma pandemia e, segundo dados da Organização Mundial da Saúde, causou mais morte em todo o mundo do que o calculado inicialmente. “Segundo os registros oficiais, com casos confirmados em laboratórios, a ‘gripe suína’, como ficou conhecida, vitimou cerca de 18,5 mil pessoas entre abril de 2009 e agosto de 2010. Já o novo estudo estima que esse número esteja entre 151,7 mil e 575,4 mil”. (AFP, em G1, 26/06/2012). Na época, diariamente havia reportagens a respeito do assunto, evidenciando o número de vítimas fatais da doença.

Esse medo que se tem de situações que se ficou sabendo é frequente, principalmente se esse “ficar sabendo” foi por meio de um discurso legitimado pela imprensa. Naturalmente, a cobertura jornalística exige o acompanhamento dos fatos de interesse público. A falta de água, o aumento no número de casos de dengue, a crise no comércio... são noticiáveis. Há efeito surpresa – informação nova; apresentam conflitos; apresentam números e estatísticas – trazem comparações; são relevantes do ponto de vista da aproximação temporal e espacial (MARCONDES FILHO, 2009, p. 274). Assim, não questionamos o valor-notícia dos casos mencionados. Concordamos que sejam fatos que devam ser divulgados. Isso não significa que não provocarão medo em seus receptores.

Bauman, em *Medo Líquido*, comenta que o “que tememos é o mal” (2008, p. 74). Mas definir o que é mal não é fácil. Desde punição divina (definição por meio da fé) à consequência de falhas humanas. Apesar de não se ter exatamente uma resposta a respeito do mal, atribui-se ao tipo de inequidade que não se compreende ou não se explica de modo satisfatório. “O ‘mal’ é aquilo que desafia e explode essa inteligibilidade que torna o mundo suportável” (BAUMAN, 2008, p. 74). O autor cita Hannah Arendt e suas conclusões de que o mal é político e histórico, produzido por homens, manifestando-se onde há espaços institucionais para isso. Assim, a invencibilidade do mal provoca um medo genuíno e insustentável.

Os habitantes do mundo líquido-moderno, acostumados a praticar a arte da vida líquido-moderna, tendem a considerar a fuga do problema como uma aposta melhor do que enfrentá-lo. Ao primeiro sinal do mal, procuram uma passagem dotada de uma porta confiavelmente pesada para trancar depois que a atravessaram. [...] Feita dos vapores do medo, a neblina exala o mal. (BAUMAN, 2008, p. 95)

Em um exercício de busca por reportagens no site do *Brasil Post* a respeito da falta de água e da seca para este artigo, quando o vocábulo seca é procurado aparecem mais de

750 referências, textos publicados no site (datando, ou seja, mencionando seca 2014, cai para 600 referências). Esse portal de notícias foi escolhido porque fazemos parte grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Ciber – Click⁸, que estuda o Huffington Post em diversos países. Ao ler os títulos dos textos encontrados (reportagens e artigos), observamos palavras que indicam o “mal”, discutido por Bauman. Elencamos seis deles, a seleção dos títulos – usados neste artigo como exemplos – se deu por amostra não probabilística por julgamento⁹ (grifos nossos):

- Na estação seca do ano, cidades de São Paulo voltam a racionar por **risco** de **falta** d'água¹⁰ (09 abr 2015)
- Seca continua **crítica** e 56 cidades do NE podem entrar em **colapso** hídrico, diz governo¹¹ (01 abr 2015)
- Sistema Cantareira antes e depois: imagens de satélite mostram situação **chocante**¹² (15 out 2014)
- **Seca faz** morador pagar **até R\$ 50 mil** por poço artesiano¹³ (16 nov 2014)
- Falta de água **ameaça segurança alimentar** no Brasil, **alerta** chefe da FAO¹⁴ (02 fev 2015)
- Seca no Cantareira é a **pior** da série pelo oitavo mês seguido¹⁵ (31 ago 2014)

Vamos discutir as palavras e expressões destacadas nos títulos selecionados¹⁶: risco, falta, crítica, colapso, chocante, seca faz, até R\$ 50 mil, ameaça segurança alimentar, alerta, força, é a pior. Sem dúvida, chamam a atenção para o objeto em pauta no texto, mas podem “alarmar” os leitores. *Risco*, por exemplo, indica a possibilidade, previsível, de perigo. O leitor já deve ficar mais atento, porque corre o risco de ficar, no caso do título mencionado, sem água. Quanto à *falta* de água, um produto essencial à vida, correr o risco

⁸ As discussões no Grupo de Pesquisa Click, da UFPR, com participação de professores e pesquisadores do Brasil, do Líbano e da França, proporcionaram reflexão para a elaboração do presente texto. Os estudos se concentram na edição brasileira do Huffington Post, Brasil Post, que no país é associado à editora Abril. Por isso, a seleção de notícias se deu a partir do Brasil Post.

⁹ De acordo com Malhotra (2010), na amostragem por julgamento, o pesquisador seleciona elementos da população que julga representativos da população de interesse ou apropriados por algum outro motivo. Neste caso, selecionamos títulos que indicavam palavras que podem levar ao “mal” apresentado por Bauman (2008). Explicamos, também, que diminuímos, das 750 referências, as que eram de reportagens relacionadas à lei seca.

¹⁰ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/09/cidades-voltam-acionamento_n_7028380.html>

¹¹ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/01/seca-continua-critica_n_6986222.html>

¹² Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2014/10/15/sistema-cantareira-imagens-de-satelite_n_5992402.html>

¹³ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2014/11/16/crise-poco-artesiano_n_6166498.html>

¹⁴ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/02/02/falta-de-agua-comida_n_6593134.html>

¹⁵ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2014/08/31/seca-no-cantareira_n_5743838.html>

¹⁶ Para efeito de discussão das palavras, recorreremos aos seus significados por meio do Dicionário de Português Online Michaelis.

de estar privado de água significa estar ameaçado de morte. Falta indica carência, privação. É uma situação assustadora.

A palavra *crítica* remete a algo desfavorável. No título em questão, o segundo elencado aleatoriamente neste texto, há a informação de que a seca continua crítica. Trata-se de um problema ameaçador que permanece negativo e que pode levar a um *colapso*, à ruína, ao desmoronamento. O colapso hídrico a 56 cidades do Nordeste do país aponta à precariedade de vida na região.

No terceiro título aqui destacado, tem-se a palavra *chocante*, ou seja indecente, escandaloso. A frase chama a atenção para uma série de fotos de como era o Sistema Cantareira (um dos principais reservatórios que abastecem a capital paulista) e de como ficou após a seca. Essas imagens mostram a “situação chocante”, algo que melindra, que revolta.

A seguir, elencamos um título que demonstra uma obrigação. “*Seca faz morador pagar*” indica que a ameaça provoca efeitos, pois a falta de água está obrigando alguém a gastar, então vem a outra expressão que destacamos, *até 50 mil reais*, por um poço artesiano. A expressão de relação (até) entre limites parece enfatizar o alto custo pago por um poço artesiano. Quem não tem esse dinheiro corre o risco (para fazer referência ao vocábulo já discutido) de minguar pela escassez de água.

Na sequência, apresentamos outro título assustador. As palavras: *ameaça* – tem finalidade de amedrontar, advertir, atemorizar –; *segurança* – proteção, confiança –; *alerta* – aviso, sinal de preocupação, vigilância. A seca ameaça a segurança alimentar no Brasil, indica o título. Corremos o risco de morrer de sede e de fome. E o aviso é dado por um chefe, uma autoridade, da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura – FAO.

Por fim, mencionamos um título que, cronologicamente, apareceu antes dos demais discutidos aqui (agosto de 2014). O destaque coube à palavra *pior*, um advérbio comparativo irregular justamente de mal. *Pior* de uma *série* registrada pelo *oitavo mês* consecutivo, significa que já estava sistematicamente ruim e agravou-se ainda mais. Mas o pior ainda estava por vir, conforme observamos nos títulos anteriores elencados aqui. Gostaríamos de observar que as autoridades públicas não assumiram a crise hídrica antes das eleições de outubro de 2014, atrasando o quanto puderam declarações a respeito do assunto em São Paulo. Relação de poder inetrmediada pela mídia.

A partir desses exemplos, compreendemos porque tantos cidadãos correram às lojas de materiais de construção em busca de caixas d'água para armazenar o produto. Também compreendemos a sequência de fatos que levou uma colega à atitude exagerada de compra de grande número de repelentes de insetos com medo da dengue (certificamo-nos que o exemplo não se tratava de ação mercadológica dos responsáveis pelo produto). Destacamos três títulos de reportagens sobre dengue, também selecionados intencionalmente a partir da busca no site do Brasil Post:

- Casos de dengue no Brasil aumentam 162% em 2015, aponta Ministério da Saúde¹⁷ (12 mar 2015)
- Casos de dengue no Brasil aumentam 240% no primeiro trimestre do ano¹⁸ (13 abr 2015)
- 'Centro' da dengue no Brasil, SP bate recorde de mortes em ano de epidemia da doença no País¹⁹ (04 mai 2015)

Queremos deixar claro que não estamos insinuando que o Jornalismo provoca a dengue. Concordamos que são fatos que devem ser noticiados, pois a situação fugiu ao controle. Compactuamos com McQuail (2013, p. 354) quando aponta, a partir de Walter Lippmann e Robert Park, que a “notícia está situada em algum lugar” entre “familiarizar-se” com e “conhecer algo”. O autor indica ainda que: a notícia é oportuna, assistemática, precíval, relata eventos incomuns ou inesperados, serve para orientar e direcionar a atenção. Um dos aspectos mais presentes em definições acerca do que notícia é a veracidade dos fatos, aliás uma condição da notícia é a verdade.

Em *A crise no castelo da cultura*, Moisés de Lemos Martins discute a ideia da verdade. O autor apresenta o tema sob diferentes paradigmas. Para Martins (2011, p. 39), um “debate sobre a verdade não pode ser outra coisa que um debate sobre a natureza e o estatuto do nosso conhecimento”. Independentemente dos debates acerca do conceito de verdade, destacamos a referência que o autor faz à crítica da metafísica de Nietzsche: “... princípio, que prevaleceu de Platão a Schopenhauer, segundo o qual pensar é para os homens descobrir o fundamento que lhes permita falar de acordo com o verdadeiro e agir de acordo com o bem e com o justo” (MARTINS, 1994, p. 6). Assim, por mais que o público receptor possa desconfiar do veículo que transmite determinada notícia, pressupõe que os

¹⁷ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/03/12/mapa-dengue_n_6855832.html>

¹⁸ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/13/dengue-brasil-aumento_n_7058274.html>

¹⁹ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/05/04/epidemia-dengue-brasil_n_7204178.html>

relatos de fatos sejam verdadeiros. Quem está acompanhando as notícias sobre a dengue, por exemplo, vê que o número de casos quase dobrou de um mês para outro. Na comparação com o ano anterior, a situação era pior. A dengue estava ainda mais ameaçadora, “de verdade”.

Na pós-modernidade, somos vítimas de sobrecarga informacional. E o bombardeio de informações que recebemos faz com que a relação sujeito-mídia seja involuntária e compulsória (MATUCK, 2000). Mesmo sem querer, recebemos uma série de informações, tanto por veículos impressos quanto pelos eletrônicos e digitais. Além disso, há os compartilhamentos nas redes sociais. E é tanta informação que nos provoca medo. Novamente nos referimos a Bauman (2008, p. 10), quando o autor explica que há três tipos de perigos: os que “ameaçam o corpo e as propriedades”; os que ameaçam “a durabilidade da ordem social e a confiabilidade nela” (exemplos: renda, emprego, sobrevivência, velhice); e os que “ameaçam o lugar da pessoa no mundo” (posição na hierarquia social, identidade – de classe, gênero, étnica, religiosa –, e “a imunidade à degradação e à exclusão sociais”).

Mas numerosos estudos mostram que, nas consciências dos sofredores, o “medo derivado” é facilmente “desacoplado” dos perigos que os causam. As pessoas às quais ele aflige com o sentimento de insegurança e vulnerabilidade podem interpretá-lo com base em qualquer dos três tipos de perigos – independentemente das (e frequentemente em desafio às) evidências de contribuição e responsabilidade relativas a cada um deles. (BAUMAN, 2008, p. 10)

Se há uma situação presente na realidade concreta das sociedades líquidas é o medo: de perder o emprego, da violência urbana, do terrorismo, de chuva em excesso, da falta de chuva, da falta de amor, da solidão... E o medo de ficar gordo(a), feio(a), excluído(a)... O medo de contrair doenças, de colocar a saúde em risco... É um medo provocado pela dimensão da informação em tempo real. A mídia apresenta ao mundo diariamente, e continuamente, uma narrativa. As notícias parecem ser a própria história do mundo. A função da narrativa é justamente ajudar a entender os relatos de experiências, com atores principais e “coadjuvantes”. Causa identificação, empatia. Os fatos, algumas ameaças e alguns perigos, estão próximos, parecem palpáveis.

O medo induzido pela mídia pode muitas vezes ser intenso e durar longos períodos. Nem sempre é fácil prever qual conteúdo será perturbador. Ao avaliar o provável nível dos danos causados pelo conteúdo assustador, é preciso distinguir os tipos de conteúdo (p. ex., ameaça física ou psicológica),

grau de realismo, motivação para “exposição”, além de variáveis de receptor relacionadas a personalidade, idade e estabilidade emocional. (McQUAIL, 2013, p. 454)

As fontes de informação precisam ter credibilidade para que os leitores²⁰ sintam-se esclarecidos. Assim, não há muito espaço (e nem tempo) para reflexões profundas. Um conteúdo que lhe agrada ou lhe chama mais a atenção pode ser (e normalmente é) compartilhado. Nas redes sociais, o recorte sai do todo e passa a ser conhecido por quem segue aquele determinado leitor, por quem confia nele. Não são poucos os relatos de notícias que tiveram repercussão nas redes sociais, mas que eram factoides ou piadas de sites de humor. O formato era de conteúdo noticioso, assim despertava credibilidade (embora questionemos esse “crédito” dado por falta de interpretação).

Foucault dizia que em toda sociedade “a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos”. (FOUCAULT, 2014, p. 8). Para o filósofo, na sociedade, sabe-se que qualquer um não pode falar de qualquer coisa. Trata-se do conceito de formação discursiva, o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada em determinada conjuntura. Os jornais, em seus formatos físicos e digitais, têm a legitimidade de representação. Assim, seus discursos tornam-se confiáveis. Mas dada a repetição de determinados conteúdos, tornam esses discursos exagerados e acabam por aproximar de seus leitores a violência, os ideais (de quem?) de beleza, os fracassos sociais.

Mainueneau (1993, p. 49) afirma que os co-enunciadores, os destinatários de um discurso, são também alguém que tem “acesso ao ‘dito’ através de uma ‘maneira de dizer’ que está enraizada em uma ‘maneira de ser’, imaginário de um vivido”. Assim, entendemos que a imprensa, por exemplo, convence seus leitores (co-enunciadores) ao “atestar o que é dito na própria enunciação, permitindo a identificação com uma certa determinação do corpo” (*Idem*, 1993). A persuasão, o convencimento, acaba acontecendo pela própria formação dos textos jornalísticos transmitidos. Pelo princípio da veracidade da notícia, quem recebe o conteúdo pode acabar convencido daquela informação e aplicar em seu dia a dia, por exemplo, mecanismos de defesa caso se ache ameaçado.

Compreendemos que é pelo princípio do interdiscurso, proposto por Mainueneau (1993, p. 113-114), que a imprensa legitima as informações e, assim, amplifica suas causas e consequências. Para o autor, todo discurso mantém relação essencial com elementos pré-

²⁰ Embora tratemos de leitores, entendemos receptores de informação de forma geral: leitores, ouvintes, espectadores, internautas... O que Mainueneau chamará de co-enunciadores, a ser discutido adiante no texto.

construídos, produzidos em outros discursos, anteriores a ele, independentes dele. São três domínios do interdiscurso: o da memória, o da atualidade e o da antecipação. Voltemos aos exemplos selecionados de notícias sobre a dengue, no presente texto. Ao indicar comparação (dois dos títulos associam o número de casos com o mesmo período do ano anterior) apresentam o domínio da memória. Ao mesmo tempo, predomina a atualidade, afinal são fatos recentes reportados (“este ano”, em 2015). O domínio da antecipação está presente também: providências devem ser tomadas senão a situação ficará ainda pior, pelo menos é o que se espera ao reportar uma situação que exige mudanças ou interferência social e política.

A intenção neste artigo é observar como a mídia, ao reportar determinados conteúdos com frequência, dependendo dos episódios sociais de apelo e interesse popular, amplifica situações que provocam o medo e aumentam a insegurança. Na realidade, o estudo que propomos é mais abrangente e começou a ser realizado com o imaginário coletivo de que determinadas localidades são tão violentas que não merecem ser visitadas.

Não é recente a discussão de que a mídia amplifica a violência, tornando o assunto cada vez mais presente e, portanto, de certa forma, estimulando comportamento agressivo, antissocial e criminoso. McQuail (2013, p. 452) reúne pensamentos de diferentes autores a respeito do tema e comenta: “Cada novo meio de comunicação popular faz surgir uma nova onda de alarme sobre seus possíveis efeitos”. Mas o autor, após apontar os resultados de diversas pesquisas, menciona: “Embora haja dúvidas sobre os efeitos das representações do crime na mídia sobre o comportamento, em fatos e em ficção, há pouca dúvida de que elas influenciam as opiniões sobre a incidência de crimes e sobre os riscos de ser vítima”. (McQUAIL, 2013, p. 455).

Em uma das etapas da pesquisa sobre mídia e medo, acompanhamos notícias de um jornal de circulação nacional sobre a chamada terceira onda de violência em Santa Catarina. Entre as considerações finais está a de que a imprensa amplifica a insegurança, mesmo sem ter esta intenção. Ao reportar fatos, acaba por associar elementos desconexos: fotos que ilustram outra reportagem, mas que pela distribuição na página servem para aquela também; imagem de cinco anos antes, mas que exemplifica o que aconteceu no dia anterior à publicação da notícia; edição que acaba integrando cidades pelo tema (neste caso, notícias de violência no Rio de Janeiro sobre um confronto no Morro do Alemão que havia provocado mortes acompanhada de reportagem, ao lado, como se fosse continuidade da reportagem carioca, informando que em Santa Catarina já havia mortos vítimas de

confrontos – eram fatos separados, mas a associação entre eles parecia informar que a violência no Rio de Janeiro provocara as mortes em Santa Catarina – Figura 2). Essa confusão onde deveria ter ordem serve para fazer ecoar ameaças, banalizar crimes, tornar inoperante – frente o olhar da população – a polícia.

O ESTADO DE S. PAULO QUINTA-FEIRA, 2 DE OUTUBRO DE 2014 | **Metrópole** | A19

Confrontos matam 2 e ferem 5 no Rio

Tiroteios atingiram quatro favelas da zona norte da cidade desde a noite de anteontem; Avenida Brasil foi fechada com uso de tanques

Thaise Constanção | RIO

Dois homens morreram e cinco pessoas ficaram feridas em confrontos em quatro favelas na zona norte do Rio desde a noite de anteontem. O Complexo da Maré está em processo de pacificação, com a presença do Exército, da Marinha e da Polícia Militar. Os Complexos do Alemão e da Penha e o Morro da Mangueira têm Unidades de Polícia Pacificadora (UPP). Ontem à noite, houve conflito sem vítimas em Niterói.

Segundo a polícia, bandidos incendiaram um ônibus e fizeram barricadas para interditar um túnel que liga Icarai ao bairro de São Francisco, em Niterói. Com medo, os motoristas deixaram a via de marcha à ré. Os bandidos ordenaram que o comércio fosse fechado e a ação dos criminosos seria uma retaliação de traficantes que atuam no Morro do Cavalo a uma operação realizada anteontem, quando dois suspeitos foram mortos e outros dois, presos.

Na Maré, um jovem ainda não identificado, de aproximada-

Sem aula
13 mil
 estudantes ficaram sem aulas ontem nas quatro favelas onde houve confrontos na zona norte do Rio.

8.283
 alunos de 16 unidades escolares municipais ficaram sem aulas no Complexo da Maré.

pressa, foi fechada pelo menos duas vezes por militares, até mesmo com tanques nas pistas. Por causa dos tiroteios, motoristas fugiram na contramão.

Segundo militares das forças de pacificação ouvidos pelo Estado, no início da manhã, um grupo com cerca de 15 traficantes da ADA conseguiu fugir do cerco policial no Conjunto Esperança e atravessar de barco um valão perto da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), na direção do Parque Alegria, no Complexo do Caju. Os bandidos conseguiram fugir após troca de tiros com homens da Marinha.

peito durante operação do Batalhão de Operações Especiais (Bope) na Favela Parque Proletário, anteontem à noite. Outros dois ficaram feridos e foram atendidos no Hospital Getúlio Vargas, na Penha. Foram apreendidos explosivo, uma pistola 9 milímetros com carregador e munições.

A Coordenadoria de Polícia Pacificadora informou que, depois do confronto, moradores da Vila Cruzeiro e do Parque Proletário atearam fogo em lixo, arremessaram objetos na direção dos policiais e foram contidos pelo Batalhão de Choque.

Manguieira. No Morro da Mangueira, três pessoas ficaram feridas anteontem durante tiroteio entre o Comando Vermelho (CV), que comanda o tráfico de drogas, e a ADA, que tenta assumir o controle.

Após o tiroteio, um homem baleado de raspão na barriga, uma mulher com ferimento na mão e uma criança atingida na perna foram encontrados por policiais na localidade conhecida como São Sebastião.

Desde a morte do ex-traficante



Complexo da Maré. Integrantes das Forças Armadas fazem o reforço após tiroteio

Já são 3 mortos em confrontos em Santa Catarina

turb) determinou o encerramento das atividades entre as 18h30 e as 6h. Os últimos coletivos ainda são escoltados por viaturas da PM até o ponto final.

A Secretaria de Segurança da não consegue apontar a res-

tre a noite de terça-feira e a madrugada de quarta, quatro ônibus foram atacados com fogo, um policial militar aposentado teve o

dos em Joinville. O primeiro, no

● Os ônibus deixaram de circu-

FIGURA 2 – Reportagens de violência no Rio de Janeiro e em Santa Catarina. Ecos urbanos?
 FONTE: O Estado de S. Paulo, 02/10/2014, p. A19.

Nosso conhecimento passa cada vez mais pelas imagens. Fotos, vídeos, ilustrações são necessárias para, além de chamar a atenção do coenunciador, persuadi-lo quanto à veracidade dos fatos. Ancoram as reportagens. Miguel Roja Mix (2006), no livro *El imaginário – civilización y cultura del siglo XXI*, comenta que crenças, valores e representações podem dar ao leitor uma identidade social. Ao gerar confiança, forma-se opinião. Ao projetar uma imagem, é necessário lembrar que o receptor dessa informação pode interpretar de maneira diferente a que o texto quis transmitir. Para o autor, o significado da imagem já é um discurso:

El valor documental de la imagen radica en que filtra importantes aspectos ideológicos del mundo exterior, capta esencialmente aquello que podríamos llamar el “sentido común de época”. Las imágenes reflejan las actitudes mentales, prejuicios y valores. [...] Dan pistas para interpretar otros textos,

pues nos enseñan en qué clave debemos entender las historias, la ficción y hasta los chistes.²¹ (MIX, 2006, p. 89).

Martins (2005, p. 257) comenta que “a linguagem, em termos argumentativos, é intencional e interpretativa. [...] na comunicação persuasiva joga-se, deste modo, o humano tal como o percebemos, contingente e incerto, embora animado de possibilidades”. Quem nos diz que a juventude e a magreza estão entre os principais objetivos femininos (e mais contemporaneamente masculinos, também) são as revistas. Nas capas há modelos com corpos esculturais, jovens lindas, consideradas perfeitas. Chegam a traumatizar quem acha que foge aos padrões estéticos impostos pela sociedade, tanto que aumentam os números de pessoas que recorrem a cirurgias plásticas com finalidades estéticas. Basta observar, ainda, a quantidade de programas *reality shows* que prometem felicidade ao “transformar” pessoas normais em pessoas lindas. Essas estratégias midiáticas (devemos lembrar que os veículos procuram aumentar audiência, tiragem ou “cliques”) levam ao medo de envelhecer, de engordar, de ficar à margem social por não corresponder aos padrões do que é belo. Reconhecemos os esforços para integrar quem estava fora das normas de beleza ditadas pela mídia²², mas acreditamos que ainda ecoa na sociedade que o padrão de beleza é o da mocinha do folhetim das 21 horas ou as garotas predominantes nas propagandas: magras, brancas e jovens. Assim, no imaginário coletivo, quem não atende aos padrões estabelecidos está à margem da sociedade.

Gilbert Durand (1997, p.14) define imaginário como: “O conjunto das relações de imagens que constituem o capital pensado do *homo-sapiens*”. Para o autor, o ser humano é dotado de uma extensa capacidade de formar símbolos em sua vida sociocultural. O imaginário, portanto, é a capacidade individual e coletiva de dar sentido ao mundo. É um conjunto relacional de imagens que dá significado ao que existe. O imaginário, na teoria proposta pelo autor, organiza-se por convergência. Assim, se nos folhetins, nas capas de revistas e nas propagandas o ideal de beleza é o da jovem, magra, branca, quem não corresponder a esse estereótipo pode temer estar fora da sociedade. Dylia Lysardo-Dias, em artigo sobre a publicidade brasileira, comenta que tradições ou novos padrões de conduta dependem de pressupostos sociais que orientam a coletividade, o que “desencadeia a

²¹ “O valor documental de uma imagem apresenta aspectos ideológicos importantes do mundo exterior, capta essencialmente o que poderíamos chamar de “bom senso de determinado tempo”. As imagens refletem as atitudes mentais, preconceitos e valores. [...] Dão pistas para interpretar outros textos, porque nos indicam se devemos considerar como história, ficção, ou até mesmo piadas. (Tradução livre).

²² Novelas inserem nas tramas personagens com sobrepeso para discutir o assunto; aumentam a divulgação de editoriais de moda *plus size*; discutem-se temas relacionados ao emagrecimento como preocupação com a saúde, não beleza.

aceitação e promove a estabilidade de saberes coletivamente instituídos” (LYSARDO-DIAS, 2007, p. 29).

Para Durand (1997), os símbolos se agrupam em torno de núcleos organizadores. Há forte relação entre os gestos do corpo e as representações simbólicas, por exemplo. Entendemos que o medo, a retração e até o procurar se esconder (ou se proteger) em condomínios com fortes esquemas de segurança acabam sendo símbolos desenvolvidos de um mesmo tema arquetípico. O autor comenta ainda que o “...*analogun* que a imagem constitui não é nunca um signo arbitrariamente escolhido, é sempre intrinsecamente motivado, o que significa que é sempre símbolo.” (DURAND, 1997, p. 29). O autor defende uma abordagem às imagens a partir da identificação de significados intrínsecos a elas mesmas, recorrentes em culturas de diversas localidades e temporalidades. A partir da teoria durandiana de imaginário, entendemos que a imaginação representa simbolicamente a angústia humana diante da finitude e da iminência da morte.

Parecem-nos mais sérias as tentativas para repartir os símbolos segundo os grandes centros de interesse de um pensamento, certamente perceptivo, mas ainda completamente impregnado de atitudes assimiladoras nas quais os acontecimentos perceptivos não passam de pretextos para os devaneios imaginários. (DURAND, 1997, p. 33).

Em um artigo intitulado *Medo social: dilemas cotidianos*, Luzia Fátima Baiarl relata pesquisa que procurou identificar os medos sociais vividos no cotidiano como resultantes da forma como a violência urbana se expressa e se manifesta na atualidade. A autora comenta o chamado medo cíclico, identificado em entrevistas realizadas com cidadãos de classe média quando dizem deixar de frequentar determinados locais por esses parecerem ameaçadores.

...motivado por situações reais conhecidas, principalmente através da mídia ou pela fala cotidiana do crime, independente da possibilidade real dele vir acontecer ou de ter sido vivenciado diretamente pela pessoa, familiares ou vizinhança. Trata-se de um medo imaginário, de algo difuso, mas que aparece como possibilidade real ao sujeito e ele passa acreditar nisso. É essa possibilidade imaginada como real – geradora de insegurança... (BAIERL, 2008, p. 143).

Acreditamos que a consideração feita no texto de Baiarl reforça a proposta deste artigo de discutir o medo e a insegurança exagerados pela liquidez midiática. Informações recebidas diariamente pela mídia e reproduzidas e comentadas nas redes sociais refletem os acontecimentos da sociedade, mas também provocam desconfortos. O cidadão sente-se

próximo de situações que podem ser geograficamente distantes do local em que ele vive. Compactuamos com Mix quando o autor defende a imagem com função de comunicar e seduzir.

Si el imaginário tiene efectos significativos en campos que van de la religión y la política hasta el mercado, es porque nos mueve mediante la seducción simbólica. La imagen no sólo comunica, seduce. Se deja leer cuando se presenta como figuración narrativa, pero opera igualmente utilizando abstracciones, que se hacen símbolos.²³ (MIX, 2006, p. 93)

Imagens, por exemplo, podem ser empregadas para chamar a atenção, rompendo com a barreira da apatia ou da desatenção em um processo comunicacional. Mas acabam superdimensionando realidades. Alguns símbolos da violência em determinadas cidades e regiões levam ao sentimento de obrigação de se preservar a propriedade e o corpo, assegurar conforto e segurança a si e o próximos. Acreditamos ter sido o caso da aquisição de grande número de repelente de insetos que serviu de exemplo a este artigo.

Devemos ainda averiguar se há e quais são as intenções dos produtores do discurso que amedrontam a sociedade. Analisar as questões ideológicas que procuram a instabilidade do sistema político vigente e as questões culturais da crise da existência. Os textos selecionados para discussão eram noticiosos, não foram considerados os textos de opinião, embora uma sequência deste estudo possa incluí-los. Convém dar continuidade à reflexão levando-se em conta também comentários, repercussões de episódios e a representatividade dos autores nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

AFP, **G1 Ciência e saúde**. Gripe H1N1 em 2009 matou mais que o estimado, diz estudo. Atualizado em 26/06/2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2012/06/gripe-h1n1-em-2009-matou-mais-que-o-estimado-diz-estudo.html>>. Acesso em: 21 mai 2015.

BAIERL, Luzia F. Medo social: dilemas cotidianos. Revista: ; **ponto-e-vírgula**, 3: 138-151, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BRASIL POST. The Huffington Post associado à Editora Abril. Disponível em: <www.brasilpost.com.br>

²³ Se o imaginário tem efeitos significativos em áreas que vão da religião e da política ao mercado, é porque somos movidos pela sedução simbólica. A imagem não só comunica, seduz. Pode ser lida quando apresentada como uma figuración narrativa, mas também funciona utilizando abstrações que se tornam símbolos. (Tradução livre).

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24ªed. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

LYSARDO-DIAS, Dylia. A construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. **Stockholm review of Latin American studies**, n° 2, november, 2007, p. 25-35.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1993.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro (org). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTINS, Moisés de Lemos. A verdade e a função da verdade nas Ciências Sociais. **Cadernos Noroeste**, Vol. 7 (2), 1994, 5-18. Centro Ciências Históricas e Sociais Universidade do Minho, Portugal. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/25385>>. Acesso em: 18 mai 2015.

_____. A actualidade da comunicação persuasiva. **Comunicação e sociedade**, vol. 8, 2005, pp. 255-257. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1196>>. Acesso em: 19 mai 2015.

_____. **Crise no castelo da cultura**: das estrelas para as telas. São Paulo: Annablume, 2011.

MATUCK, Artur. **O potencial dialógico da televisão**. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2000.

McQUAIL, Denis. **Teorias da comunicação de massa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

MIX, Miguel Rojas. **El imaginario**: civilizacion y cultura del siglo XXI. Buenos Aires (Argentina): Prometeo Libros, 2006.

O Estado de S. Paulo. Edição Digital, versão impressa, dia 02 outubro 2014.