

Medo dos espaços urbanos: narrativas do jornal O Globo sobre a “Lapa caótica”¹

Igor Lacerda²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/RJ

Érica Oliveira Fortuna³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/RJ

Resumo

Bairro boêmio da cidade do Rio de Janeiro, a Lapa passou por um processo de revitalização com o intuito de atender às demandas dos megaeventos e de empresários locais. Inclusive, abrigou a Operação Lapa Presente, reduzindo consideravelmente os crimes nessa área. Embora tenha recebido alto investimento, atualmente a Lapa tem sido narrada como um bairro violento e inseguro – reflexo evidente da crise financeira que acometeu o estado. Assim, este artigo se propõe a analisar a representação da Lapa em narrativas do jornal O Globo, dando ênfase ao medo como fator que restringe a mobilidade pela cidade. Problematizamos ainda como essas matérias com foco no temor reiteram a necessidade por “medidas de segurança” públicas e/ou privadas. Em síntese, narrativas que constroem grades simbólicas e discursivas, máxime nas práticas sociais na cidade.

Palavras-chave: Medo; Imaginário; O Globo; Rio de Janeiro.

Introdução

Quem projetaria
Essa elegância solta
Essa alegria
Essa moça-vanguarda
Esse rapaz gostoso
Que é a Lapa
Lapa, Circo Voador
Lapa, choro
E rock’n’roll
(Lapa – Caetano Veloso)

A Lapa, no Rio de Janeiro, é um lugar de encontros (MAFFESOLI, 2014). Sempre foi. “Cool e popular”, como cantada por Caetano Veloso, abriga as mais diversas tribos e sons. Ela é eclética. A Lapa é a moça-vanguarda e o rapaz gostoso que dançam samba, choro e *rock and*

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT-2) Consumo, Comunicação e Organizações, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Mestrando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, pesquisador no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo (Laccon - UERJ) e graduado em Comunicação Social. E-mail: igorlacerdasa@gmail.com

³ Doutoranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, pesquisadora no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo (Laccon - UERJ) e graduada em Direito pela Faculdade IBMEC. E-mail: erica.fortuna@gmail.com.

roll até o sol nascer e, às vezes, a festa continua mesmo à luz do dia. É boêmia. E mesmo quando todos os vadios vão embora, a energia da celebração continua ali, impregnada nos becos, nas ruas, nos Arcos. A Lapa tem uma bossa própria, quase que inerente à boêmia que nela habita ou perpassa. É plural, eis a Lapa! Contudo, na contramão dessa “pegada malandra” de seus frequentadores, aconteceram processos de “revitalização” no período em que a cidade se preparou para receber megaeventos internacionais. Em consequência, o bairro recebeu novos hotéis, bares, restaurantes, casas para eventos e centros culturais, afastando alguns de seus antigos habitantes.

A Lapa virou bairro e entrou no mapa da cidade, conforme a “Agora é lei: a boemia da Lapa está no mapa” publicada pelo O Globo em 18 de maio de 2012. Mas na verdade, ela sempre esteve no itinerário e na memória de muitos cariocas. Na matéria do jornal é como se ela tivesse renascido, rompido com aquilo que era antes. Até o antigo prefeito Eduardo Paes contou que “as pessoas dizem que a Lapa nasceu. Mas, na verdade, eu acho que ela nunca esteve tão boa como hoje. É claro que ainda há uma série de problemas a serem resolvidos, mas esse é um processo gradual”. Na prática, pouco mudou a situação e o funcionamento do bairro. Em compensação, o ato e a fala do prefeito tiveram um grande valor simbólico, contribuindo sobremaneira na narrativa que começava a se delinear: o essencial é representar o lugar como algo novo, que rompe com o que existia anteriormente e, principalmente, apto a ser consumido, pois “ela nunca esteve tão boa quanto hoje” e pode trazer muitos benefícios financeiros.

É inegável que a Lapa já teve alguns dias de glória nas páginas do jornal, especificamente durante a reorganização do Rio para recepcionar os megaeventos. Considerando isto, o propósito deste artigo é analisar a representação deste bairro boêmio no O Globo em 2018, ano em que o Rio entrou numa crise financeira muito influenciada pelas reformas para esses eventos internacionais, afetando sobretudo a área de segurança pública. Além disso, é o período em que se vê claramente o que ficou como legado à Lapa após às obras “revitalizadoras”. Portanto, para tal fim, o objetivo é investigar as seguintes matérias jornalísticas: *Casarões do tráfico: quadrilhas de favelas controlam imóveis que foram invalidados na região do Centro* – veiculada em 13 de maio – e a *Boemia ameaçada: crise econômica e aumento da violência fazem a Lapa perder bares e frequentadores*, publicada em 23 de maio.

A análise de narrativas foi utilizada como metodologia, nos moldes da tríplice mimesis proposta por Paul Ricoeur (1994). Nossa hipótese é: de forma cíclica, seguindo o processo mimético de interpretação, o público quer falar sobre o assunto violência urbana, e o jornal o alimenta com narrativas repetitivas e associativas que podem contribuir no processo

“estigmatizatório” do bairro, reverberando em sensações de medo. As narrativas sobre a crise econômica que acometeu o estado do Rio de Janeiro somadas aos seus reflexos na área de segurança pública podem contribuir para a ativação do medo em antigos e novos frequentadores, inclusive em empreendedores que outrora fizeram altos investimentos no local, ocasionando no afastamento de pessoas desse espaço. Além de produzirem sentidos que legitimam o medo, essas narrativas reiteram a necessidade por “medidas de segurança”, tanto pública quanto privada. E dessa forma, muros simbólicos e discursivos são edificados, refletindo em práticas sociais na cidade.

A Lapa-mercadoria: os processos de “revitalização”

“Revitalização”, “renascimento”, eufemismos estrategicamente mobilizados por discursos governamentais e midiáticos em busca da legitimação de grandes intervenções urbanas. Se partirmos do princípio que “revitalizar” significa “tornar a ter vida, vigor”, os discursos que se valem dessas terminologias, apropriadas de conceitos médicos e biológicos, transformam, discursivamente, espaços degradados em sujeitos mortos, que são “ressuscitados” pelas reformas urbanas (FORTUNA, 2016, p. 13).

O jornal O Globo usou incessantemente as palavras “revitalização” e “renascimento” para se referir às obras de remodelação da Lapa – uma estratégia discursiva que ajudou a legitimar tais intervenções urbanas. Embora os sentidos dessas palavras remetam a algo morto, é essencial lembrar que a Lapa não estava morta. Pelo contrário, os “sambas de bamba”, os grupos de teatro como o Tá na rua, os artistas de rua, as rodas convocadas pelo Jongu na Lapa, assim como outras manifestações polícias e culturais, continuaram a ocupar essa área. Ainda tinham os moradores apaixonados pelo bairro, que mantiveram, com muito esforço, suas redes de sociabilidade.

Apesar de abrigar múltiplas atividades políticas e culturais, na “Agora é lei: a boemia da Lapa está no mapa” o então prefeito Eduardo Paes deu mais visibilidade a questões como segurança, limpeza e ordem urbana. Para ele, esses temas deixavam a desejar, mas garantiu que a mudança seria gradual, conforme a efetivação da “renovação”. Melhorando esses segmentos, o bairro ficaria mais atraente para os frequentadores. Especificamente para a área de segurança, Paes relatou que outro sistema de vigilância seria instaurado: uma Unidade de Ordem Pública na Lapa. Afirmando também que apesar de um maior patrulhamento, o bairro não pode perder sua “característica festiva”: “é claro que a Lapa continuará com a sua característica boemia e festiva, mas tudo com ordem fica mais agradável”.

As revitalizações, como as propostas por Paes, acontecem porque as cidades são cada vez mais pensadas como produtos a serem consumidos por um mercado global em que outras também estão à venda e em constante competição. Assim, a cidade atua como empresa, criando e recriando produtos e serviços para atrair cada vez mais consumidores e, ao mesmo tempo, também é gerida como se fosse uma mercadoria a ser vendida (VAINER, 2013). Por isso os discursos midiáticos e governamentais dão excessiva evidência aos atributos da metrópole que poderiam interessar ao mercado. Desta forma, a instauração da cidade-empresa nega o urbano enquanto um espaço democrático, não há tempo para discutir propostas populares, filosóficas e utópicas para a metrópole, pelo contrário: é dado prioridade a competitividade e ao lucro, como explica Vainer (2013).

Os espaços capturados pelas relações de produção capitalistas, que são incorporados aos processos de reestruturação urbana em curso, podem se destinar à produção (por intermédio de obras de infra-estrutura, operações logísticas de otimização de fluxos produtivos e obras de modernizações tecnológicas que agregam densidade técnica aos lugares para atração de empresas multinacionais) ou propriamente ao consumo do espaço (por meio de operações vinculadas ao turismo e lazer, operações imobiliárias e, finalmente, operações voltadas ao consumo da cidade, estimuladas pela publicidade) (SÁNCHEZ, 2003, p. 45).

Sánchez (2003) explica que os planejamentos urbanos, influenciados pela globalização, estão criando “espaços de renovação”, cada vez mais parecidos em todo o mundo, carregando cada vez menos as especificidades das cidades. Ou seja, eles seriam homogeneizados, pois são moldados a partir de valores culturais e hábitos de consumo específicos, impondo modos de apropriação e comportamentos, gerando novas formas de inclusão e exclusão. É exatamente esse ambiente de “renovação” que encontramos analisando as narrativas sobre a “nova” Lapa.

Na matéria supracitada, esses “espaços de renovação”, iguais no mundo inteiro, são observáveis no mapeamento dos melhores empreendimentos da Lapa, feito pelo Rio Show (Caderno especial de O Globo), servindo como convite para o consumo do espaço e dos melhores bares e restaurantes. A reportagem também faz comparações diretas com a boate “Topsy”, que na época estava localizada na Rua dos Inválidos, e os bares de Las Vegas. Revelando que os bares estavam sendo re-planejados para parecer com os de outros países, principalmente aqueles que atraem muitos turistas. Além disso, o texto narra o dia-a-dia de sucesso de casas noturnas, reafirmando suas características tidas como positivas, mostrando que a “Grande Lapa” – que começa na Rua André Cavalcanti, próximo ao Bairro de Fátima, e vai até a Glória – pode abrigar ainda mais festas e negócios.

A autora esclarece ainda que os espaços revitalizados normalmente são transformados em novas centralidades. Isto acontece porque a revitalização é carregada de “urbanismo dos promotores de venda”, que ajuda a conceber e a realizar o espaço para o mercado, contribuindo inclusive para o processo de venda da cidade-mercadoria, e ele não apenas comercializa um imóvel, um terreno, mas uma parte codificada por um “urbanismo espetacularizado” (SÁNCHEZ, 2003). Comprados por consumidores que expressam determinado estilo de vida, pedaços da cidade obtêm valor de troca, com especificidades que os diferenciarão dos demais.

Na escala da cidade, as intervenções baseadas nas “parcerias público-privadas” constroem novas centralidades, polos de atração que redimensionam o fluxo das pessoas e reordenam o consumo. Elas podem ser interpretadas como a expressão do movimento que transforma o espaço em mercadoria, produzindo o consumo do espaço. Nessas novas centralidades das cidades capitalistas, criadas como lugares privilegiados de consumo, as pessoas vêm também consumir o espaço. Aquilo que se diz sobre determinado espaço faz parte do mundo da mercadoria, da extensão do valor de troca. A centralidade tem um duplo caráter: lugar de consumo e consumo do lugar (SÁNCHEZ, 2003, p. 47).

As matérias sobre a revitalização se repetem, habitualmente com os mesmos argumentos: “é o mais importante para o Rio”, “traz múltiplos negócios”, “atrai grandes oportunidades para os cariocas”, entre outros. No processo interpretativo, Ricoeur (1994) fala sobre o mundo refigurado pelo leitor, colocando-o como elemento constituinte e atuante no processo da narrativa. São apropriações e reapropriações feitas por um leitor que tem suas próprias visões de mundo. Barthes (1985) coaduna com esse entendimento quando diz que a narração só pode receber seu efeito no mundo que a usa, com influência de elementos externos. Neste sentido, o público também aparece como parte integrante na produção de sentido. Para Ricoeur, o leitor cria a referência no momento que devolve a mensagem para o mundo. A partir dessa nova referência, temos a construção simbólica de um repertório cultural que será reutilizado por outros na formação de novas narrativas.

O ponto de chegada da narrativa é também o ponto de início, de recomeço. Aplicado às matérias, a construção do arco hermenêutico nos passa a ideia de circularidade, já que as narrativas não problematizam questões sobre o processo de revitalização e fixam o leitor em propostas consensuais sobre esse tema. A maior parte das narrativas tratava fundamentalmente de uma “nova Lapa” ou uma “grande Lapa”, sem questionar os processos de gentrificação ocorridos, por exemplo. Uma gentrificação que foi tanto comercial quanto residencial. Segundo Araújo (2009), a gentrificação residencial é quando pessoas de renda média e alta começam a migrar para os sobrados antigos, nas regiões centrais, espaços que antes eram ocupados pelos

pobres – que foram para áreas mais afastadas por não terem como continuar em suas antigas residências. Na gentrificação comercial, os imóveis vazios das áreas centrais servem ao mercado de turismo e lazer, através da construção de espaços sofisticados. “Ambas estimulam a produção “glamourizada” do espaço por meio da valorização do patrimônio histórico cultural, de produção de moradias e de investimentos na diversidade cultural, contando com o apoio e a divulgação pela mídia” (ARAÚJO, 2009, p. 65).

A Lapa e o imaginário do medo

As representações que hoje são feitas do homem, da violência e das instituições que o cercam são em sua grande maioria construídas pelos meios de comunicação de massa. Percebemos como fruto desse processo a imagem do Rio de Janeiro associada à violência, tema recorrente na mídia. A cidade é diariamente retratada como perigosa e insegura, um palco de constantes conflitos urbanos cuja consequência é a vitimização da população. O tráfico de drogas é representado como um poder paralelo ao público. A segurança pública é tida como truculenta e ineficiente. Olhares que produzem um imaginário de medo e pânico na cidade (FORTUNA, 2011, p. 134).

O medo é uma das sensações mais presentes no jornalismo carioca, principalmente no que diz respeito à produção de sentidos sobre os espaços urbanos. O temor mais assustador é aquele em que não se tem um real motivo para senti-lo, ele deixa as pessoas com a sensação de um suposto perigo eminente, ameaçadas por algo que pode acontecer a qualquer momento, mas que não se sabe quando ou se realmente vai acontecer. É um sentimento de alerta constante. A sensação de insegurança permanente gera um pânico que torna as pessoas reféns, dentro de suas próprias casas, de “inimigos” desconhecidos.

Antunes e Matheus (2019) explicam que o medo tem função política e de contenção social. Na função política, os estímulos narrativos ao medo evidenciam sua face conservadora: quando existe um perigo, principalmente se ele for difuso, as decisões conservadoras são acionadas com emergência. Por isso o temor tem papel basilar na manutenção de regimes autoritários. Ele também pode servir de ferramenta para a contenção social, as autoras lembram que no Brasil escravocrata, os escravizados eram mantidos sob um regime de terror para não se revoltarem. Inclusive, a promoção de “medo nas elites” também é uma ferramenta, pois o lugar de vítima viabiliza um capital político a quem se coloca ou é colocado discursivamente neste lugar que, no geral, é ocupado pela classe média carioca.

Em *Boemia mais protegida*, publicada pelo O Globo em 28 de julho de 2014, a Operação Lapa Presente é apontada como a solução para a diminuição da criminalidade na região, registrando queda de mais de 90% em roubos e furtos. Trata-se de um grupo especial de

patrulhamento da região, formado pelas polícias civil e militar, instaurado por meio da pressão dos comerciantes locais. Além disso, consideramos que a Lapa Presente fazia parte de um conjunto de intervenções na cidade visando sobretudo os grandes eventos internacionais. Esse plano para a segurança foi uma resposta às ocorrências crescentes de crimes no bairro, contribuindo demasiadamente para a representação de uma Lapa segura e capaz de lidar com a criminalidade. Por essa razão, no contexto atual, as narrativas sobre o caos da violência na Lapa podem ter função política e de contenção social, assim como legitimam exigências por mais repressão.

As constantes rondas da Operação traziam uma sensação de segurança, como averiguado na resposta de um personagem à matéria: “A situação melhorou. Aconteciam assaltos na sua frente, e não se podia fazer nada. O problema da violência extrema foi resolvido, mas não pode ficar só nisso”. Ainda, o temor pôde reiterar a necessidade por mais “medidas de segurança” públicas e/ou privadas, como notado no argumento de um empresário que apontou um “afrouxamento”, expressando sua vontade por ações mais “incisivas”: “A Lapa Presente é boa, mas sua atuação não está tão incisiva como no início. Temos um grande número de funcionários que são assaltados nas proximidades do Campo de Santana”. Na matéria, é evidente o incomodo de alguns frequentadores com os moradores de rua. A presença de pessoas em situação de rua nesse bairro nunca foi novidade, elas sempre estiveram lá. Porém, um personagem – apesar de ter sentido o bairro mais seguro – explicou que ainda existia esse “problema” na região: “quando os agentes se distraem, somos abordados. No ano passado, moradores de rua não tinham pudor de nos incomodar. Agora, só pedem dinheiro quando não há guardas por perto”. Revelando, então, uma das facetas do medo: a contenção social.

O medo também apresenta sua faceta política: a instauração da Lapa Presente muito serviu aos interesses de empresários locais. Um empresário falou ao O Globo que “falta ainda uma atuação maior contra os ambulantes que vendem cerveja em garrafas – que acabam sendo quebradas – e sanduíches preparados sem higiene”. Cobrando a contenção de vendedores ambulantes que competiam com seus negócios. A diretora do Circo Voador explicou que precisavam coibir a poluição sonora: “Em outros bairros, empresários não podem abrir casas noturnas sem tratamento acústico, mas na Lapa parece valer tudo. Blocos e bandas, que tocam na rua, incomodam moradores e atrapalham shows no Circo”. Pedindo a intimidação de artistas de rua que “atrapalhavam” seus eventos. Verifica-se que os empresários, que tanto cobraram pela criação da Lapa Presente, querem utilizar as ações do grupo para atender aos seus interesses mercadológicos.

O caos narrado pelos jornais diminui o desejo de vínculos e trocas entre os diferentes grupos sociais, segregando o espaço urbano e produzindo um sentimento de não pertença, especialmente à população pobre. Na Lapa, pessoas de diferentes localidades e origens se encontravam e, de certa forma, conviviam nos mesmos espaços, mas o medo pode ter mudado essa realidade. Afinal, para Bauman (2008) o caos que se instala tende a inibir a sociabilidade, esvaziando o espaço público como local de encontros de diferentes classes. O medo e a banalização da exclusão social estão presentes nos noticiários de violência. Isto ocorre porque, segundo o autor, a mídia costuma narrar o fato sem contextualizá-lo.

A produção de sentidos que querem parecer consensuais no jornal que atua auxiliando no ciclo de violência, uma vez que a insegurança gerada faz com que se exija mais medidas repressivas. Existe uma visão coletiva de que com o aumento de policiamento resolverá imediatamente o problema da violência cotidiana, como um símbolo que parece ser obrigatório em narrativas sobre esse problema. Assim, o simbólico aparece como um instrumento eficaz para influenciar e orientar essa sensibilidade do coletivo, que habitualmente ocorre em função de um “terror” oferecido como espetáculo. Um jogo entre o visível e o invisível que transparece em tal estratégia, construindo discursivamente um sentimento de perigo iminente e constante.

“Cartão postal descuidado”: a Lapa nas matérias de O Globo

O medo está presente na vida de muitas pessoas, e ele aumenta com o passar dos dias. Para todos os lados que se olhe, inclusive nos meios de comunicação, o temor está representado. A qualquer momento, os acontecimentos se tornam materiais que, intencionalmente ou não, ativam o medo. Augé (2014) explica que mais do que nunca a humanidade está subjugada ao medo, e o jornalismo tem certa influência. Pois, segundo o autor, os recortes de determinada realidade feitos pela mídia entrelaçam acontecimentos recentes ou antigos, às vezes sem conexão, como se estivessem interligados, afetando as percepções sobre segurança e perspectivas de futuro. É o que ocorre, por exemplo, com as duas matérias analisadas neste trabalho: *Casarões do Tráfico*, publicada em 13 de maio e *Boemia ameaçada* de 23 de maio – as duas veiculadas pelo O Globo em 2018.

A *Boemia ameaçada* começa pela precariedade dos antigos restaurantes, fechados pela crise financeira que alterou os hábitos de consumo de cariocas e pelo aumento da insegurança: “Sob o letreiro quebrado da antiga Pizzaria Guanabara, um morador de rua improvisa uma cama com pedaços de papelão. Na marquise ao lado, uma faixa com o anúncio “vendo ou alugo” está encardida pela ação do tempo”. A reportagem ressalta como o comércio está sendo afetado pela

violência e aponta o fechamento de lojas: “enfileiram-se lojas fechadas, espremidas entre casarões abandonados e bares que só funcionam à noite. Principal reduto boêmio da cidade, a Lapa já não tem o brilho de antes”. Narrou até mesmo o drama vivido por empresários que mantêm seus empreendimentos da Lapa, como foi o caso do Nova Capela, restaurante instituído em 1923:

A Lapa está mais morta do que viva. Já vi muitas filas se formarem nas calçadas, mas nem me lembro da última vez que me deparei com uma. Só não paramos ainda porque fechar a casa seria pior – afirmou Francisco Almussara, um dos sócios do Nova Capela, restaurante que, fundado em 1923, é um dos que lutam para não sucumbirem à crise. A casa resolveu incluir no cardápio porções individuais, mais baratas, porém ontem, na hora do almoço, as mesas vazias denunciavam que a estratégia ainda não deu certo. O restaurante, que foi a salvação de muitos notívagos porque só fecha às 5h, mudou seu horário de funcionamento. No ano passado, antecipou o fim do expediente para 1h. Agora, cerra as portas às 19h (O GLOBO, 2018, p. 9).

Na matéria, a insegurança no bairro é trazida por um grupo que não chegou depois da revitalização, mas sempre esteve lá, e ainda existe apesar da “renovação”: “a desordem urbana é tanta que, no sábado, uma equipe do GLOBO contou 23 moradores de rua espalhados pelo bairro”. Ou: “nos últimos tempos, para o cliente entrar no Semente, tinha que atravessar um corredor com dezenas de camelôs. Quem quer frequentar uma área suja, onde há sensação de insegurança?”. Quando perguntados, os comerciantes disseram o que vinha afastando os consumidores eram “os sobreviventes”, camelôs e moradores de rua. Além disso, eles não têm dúvidas em apontar a crise econômica e o recrudescimento da violência, que tem levado muitos cariocas a ficarem em casa à noite, como os maiores vilões”. No ano de 2018, o Rio de Janeiro enfrenta declaradamente uma crise financeira que afetou a área segurança pública, impossibilitando o trabalho das polícias civis e militares.

A *Casarões do tráfico* aborda a realidade atual dos imóveis antigos e invalidados na área do Centro, mas pondo a Lapa em evidência: “o entra e sai constante, a qualquer hora do dia, revela o quanto a boca de fumo é rentável. Na vila do número 122 da Rua do Lavradio, na Lapa, imóveis abandonados que foram invadidos por dezenas de famílias também viraram bases do tráfico”. Ainda: “a situação se repete em muitos edifícios e casarões da região central da cidade, transformados em “esticas” de quadrilhas que dominam as favelas do Rio”. Dois moradores do bairro e que conhecem o prédio “invadido” esclarecem que: “há muitas pessoas de bem lá dentro, que vivem como se estivesse num morro tomado pelo tráfico. É gente que não vê, não ouve e não fala nada”. Outro, apenas define a situação como sendo um inferno. Importante lembrar que embora o Rio tenha passado por um processo de revitalização, carece

de programas destinados à moradia popular. Ademais, a “renovação” tornou o bairro mais caro, ocasionando no deslocamento ou até mesmo na apropriação de espaços vazios por pessoas pobres e sem ter onde morar. Assim, ao não problematizar essas questões, a matéria tende a motivar um processo estigmatizatório tanto do bairro quanto das pessoas já tão afetadas pela ineficiência das políticas de habitação.

A matéria exhibe a quantidade de pessoas que já foram presas por tráfico de drogas no prédio por policiais da 5ª Delegacia de Polícia, localizada na Mem de Sá, na Lapa. Inclusive, identificou o “dono da boca”. No entanto, utilizando a fala de agentes de segurança, reconhece que a venda de drogas na região é uma espécie de “enxugar gelo” como explicado a seguir:

O problema, segundo os policiais, é que o comércio de entorpecentes ali fica a cargo de “peixes pequenos” do tráfico, assim como ocorre em outras ocupações do Centro invadidas pelo crime. Os chefões permanecem escatelados nos morros. Quando se faz uma prisão nas “esticas” do asfalto, a mão de obra é rapidamente substituída. Os investigadores dizem ainda que, normalmente, há poucas armas nesses lugares. A droga chega reduzida, transportada frequentemente por taxistas e mototaxistas, de acordo com as investigações. Com isso, quando são feitas apreensões, o prejuízo do tráfico não é grande. Os lucros, esses sim, vão às alturas, com a forte demanda da Lapa (O GLOBO, 2018, p. 18).

Em seus estudos sobre o medo, Matheus (2011, p.16) constata que “a referência explícita a acontecimentos anteriores, pelo emprego do verbo voltar, dá a entender que os fatos relatados a posteriori são continuação de outros ocorridos até cinco meses antes e classificados pelo jornal como onda de terror”. Realmente, em *Os casarões do tráfico* comumente são usadas expressões como “o medo volta à vizinhança”, “reflexo do abandono”, “volta a ser local de consumo de drogas”. Em *Boemia ameaçada*, logo o título apresenta o bairro como uma ameaça, mas também traz expressões como “cartão postal descuidado”, “volta a ser perigoso para turistas”, “volta a ser decadente”. Essas duas matérias não têm conexão, mas é como se estivessem entrelaçadas no jornal, formando a representação de completo caos no bairro e gerando sensação de medo em leitores. Se antes a Lapa era revitalizada e parte de uma cidade em ascensão, agora ela é uma ameaça, insegura e em declínio.

Considerações Preliminares

Este artigo se propôs a analisar a representação da Lapa, no Rio de Janeiro, em O Globo em 2018. O propósito foi entender melhor como esse jornal, por meio de suas narrativas, contribuiu para a ativação do medo em seus leitores, causando como resultado uma imobilidade voluntária na cidade. Essencial destacar que esse bairro passou por um processo de revitalização

a fim de atender às demandas dos megaeventos, mas atualmente convive com os reflexos de uma crise financeira – que, inclusive, afetou a segurança pública extremadamente.

Nesse contexto, com certa visibilidade e credibilidade o jornal O Globo ajudou a criar e a difundir representações condizentes com a Lapa transformada, respondendo positivamente aos desejos dos consumidores. Sem problematizar as consequências das revitalizações, não raras vezes ajudou a vender as benfeitorias dessas obras como se fossem indispensáveis a todos os cariocas, sem diferença entre as classes. Além de transformar o espaço, era necessário revitalizar a imagem *underground* da região. Para reforçar a segurança da Lapa em ascendência, propiciando também a difusão de sua representação como segura, foi criada a Operação Lapa Presente, que de fato reduziu consideravelmente os crimes na área.

As matérias de O Globo produzem sentidos que auxiliam no ciclo de violência, afinal, a insegurança representada faz com que mais medidas repressivas e violentas sejam exigidas. Esse clamor por mais repressão é muito presente nas narrativas, inclusive. É como se os entrevistados se sentissem mais seguros com uma maior vigilância. É notório que existe uma visão coletiva de que com o aumento do policiamento (nesse caso, com uma ampliação da Operação Lapa Presente) o problema da violência urbana chegará ao fim – esse argumento está presente nas narrativas analisadas como um símbolo. Assim, como uma ferramenta ativa, o simbólico exerce influência e orientação nessa sensibilidade coletiva. Ou seja, o terror espetacular é oferecido aos leitores, construindo discursivamente um sentimento de perigo constante, e como consequência muros narrativos e simbólicos são construídos, refletindo de modo direto nos usos da cidade.

Referências

ANTUNES, Bianca; MATHEUS, Leticia. **Cartografia da violência no Facebook e a experiência do medo**. Revista Interin, Paraná, v. 24, n. 1, pp. 242-261, 2019.

ARAÚJO, Vanessa. **Lapa carioca: uma (re)apropriação do lugar**. 2009. Dissertação do curso de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 2009.

AUGÉ, Marc. **Los nuevos miedos**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2014.

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

BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. Lisboa: Edições 70, 1985.

FORTUNA, Vania. **“Rio do porto maravilha”, Rio de sentidos: lutas simbólicas por um consenso discursivo de cidade global.** 2016. Tese do curso de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ: 2016.

_____. Temores da cidade: medo e violência nas páginas do jornal O Globo. In: FREITAS, Ricardo; OLIVEIRA, Janete. **Olhares urbanos: estudos sobre a metrópole comunicacional.** São Paulo: Summus, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **Homo Eroticus: comunhões emocionais.** Rio de Janeiro: Forense, 2014.

MATHEUS, Letícia. **Narrativas do medo: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa.** Campinas, SP: Papyrus, 1994.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial.** Chapecó: Argos, 2003.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2013.