



## DO “FAROESTE FLUMINENSE” AO “FUTURO QUE JÁ CHEGOU”

### As representações da grande imprensa carioca acerca da *Baixada Fluminense*

Ana Lucia S. Enne<sup>1</sup>

Em 24 de março de 1996, o *Jornal do Brasil* publicou uma extensa reportagem<sup>2</sup> sobre o ranking de qualidade de vida na região metropolitana do Estado do Rio de Janeiro feito pelo IBGE, onde o município de Nilópolis, localizado na *Baixada Fluminense*, aparecia em 3º lugar, só sendo superado por Niterói e pelo Rio de Janeiro, respectivamente primeiro e segundo lugar. O estranhamento que tal colocação causou pode ser medido pela própria caracterização dada pelo *JB* à informação, pois na chamada superior da página destinada a Nilópolis podíamos ler: “a cidade-surpresa”.

Mais recentemente, em dezembro de 2001, uma nova matéria publicada pelo *Jornal do Brasil*<sup>3</sup> comenta os dados levantados pelo IBGE no Censo 2000 acerca das condições de vida nas cidades do Estado do Rio, em que Nilópolis e Niterói aparecem nos primeiros lugares nos índices de saneamento e alfabetização, superando o Rio de Janeiro. O título “Rio é lindo, mas Nilópolis é melhor”, embora apresente a classificação da segunda tomando a capital como referência,<sup>4</sup> não apresenta de forma explícita uma possível surpresa com o lugar obtido pelo município da *Baixada*. No entanto, no segundo parágrafo da matéria, o tom de surpresa se revela novamente: “Na Baixada Fluminense, Região Metropolitana do Rio, o município de Nilópolis surpreende”. Cinco anos depois, o próprio jornal desconsidera matéria feita por ele mesmo em que a qualidade de vida do município já era atestada pelo IBGE e continua se

---

<sup>1</sup> Graduada em Comunicação Social pela PUC/RJ, Mestre e Doutora em Antropologia Social pelo PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, bolsista recém-doutora pelo PRODOC/CAPES no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense/UFF. Este artigo é uma versão sintetizada do capítulo 2 da tese de doutorado “*Lugar, meu amigo, é minha Baixada*”: memória, representação social e identidades, defendida no Museu Nacional em outubro de 2002, sob a orientação do prof. Dr. Antonio Carlos de Souza Lima. Além disso, é o ponto de partida para a pesquisa que está sendo desenvolvida na Universidade Federal Fluminense, como parte das atividades do PRODOC, sob a orientação da prof. Dra. Marialva Carlos Barbosa.

<sup>2</sup> *Jornal do Brasil*, domingo, 24 de março de 1996, pp.32-34.

<sup>3</sup> *Jornal do Brasil*, quinta-feira, 20 de dezembro de 2001, p. 17.

<sup>4</sup> Tanto que, embora a matéria destaque mais os dados de Nilópolis e Niterói, a imagem ilustrativa traz um plano aberto do Cristo Redentor, imagem típica da cidade do Rio de Janeiro.

“surpreendendo” com a colocação obtida por Nilópolis.<sup>5</sup> Desse episódio, podemos perceber alguns pontos importantes para iniciarmos este artigo: que representações anteriores a essa estão marcando a referência deste jornal quando ele irá abordar a *Baixada Fluminense* em seu noticiário, a ponto de se “surpreender” duas vezes com a mesma notícia? De que forma estas representações estão arraigadas no *sensu comum*, de maneira a serem mais fortes do que os próprios fatos? Como e quando foram se construindo essas representações, que, ao se colocarem com mais peso do que os dados apresentados, acabam gerando uma cristalização de *estigmas* que marcam a região de forma tal, que mesmo quando as abordagens jornalísticas lhe sejam positivas, deverão ser acompanhadas por expressões como “surpresa”, “superação”, “quer mostrar seu outro lado”, “também tem cultura”, entre outras, que acabam por reiterar o estigma em vez de desmontá-lo?

*Baixada Fluminense*. Violência e problemas sociais. Sem dúvida, os termos aqui citados apareceram, recorrentemente, como sinônimos na mídia em geral e na imprensa em particular, durante várias décadas. As representações que a grande imprensa carioca, através de quatro de seus maiores jornais (*O Dia*, *Jornal do Brasil*, *O Globo* e *Última Hora*), em termos de tiragens e repercussão pública, veio construindo nas últimas cinco décadas contribuíram em muito para a cristalização de um olhar estigmatizante<sup>6</sup> e muitas vezes preconceituoso sobre a região.

Assim, a análise dos jornais impressos, no que tange à *Baixada Fluminense*, possibilita a percepção de uma construção paulatina de representações negativas acerca da região, que vai começar a carregar, como termos associados, o *estigma* da violência, da ausência do poder público, da falta de condições de vida e de excesso de problemas sociais. Em uma análise preliminar destes jornais, podemos perceber como este discurso desqualificador sobre a *Baixada* vai sendo construído da metade do último século até hoje, sofrendo alterações perceptíveis no decorrer do processo e chegando à década de 90 com um olhar mais positivo, embora muitas vezes alimentador das imagens negativas que, supostamente, está tentando

---

<sup>5</sup> O exemplo do *JB* é somente ilustrativo, pois não é somente este veículo que se “surpreende” com aspectos positivos da “*Baixada Fluminense*”. A meu ver, tal fato é recorrente, podendo ser percebido inclusive em meios de comunicação locais, como o *Baixada On – O portal da Baixada Fluminense* (<http://www.baixadaon.com>), que no dia 15 de agosto de 2001 convidava seus leitores: “saiba mais sobre a história da Baixada e se surpreenda com a importância que a região tem para o país”.

<sup>6</sup> Sobre o conceito de *estigma*, ver GOFFMAN, Erving. *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. RJ, Guanabara, 1988.



combater. Como procurei indicar em minha tese, acredito que estas construções da imprensa acerca da *Baixada* são fundamentais para a cristalização de um *senso comum* na região do Rio de Janeiro em que a região passa a ser percebida como um espaço negativo e que isso irá gerar uma série de ações reativas, no sentido de se buscar apresentar e produzir *identidades* e imagens positivas para a *Baixada*, como demonstrei especificamente no campo da *memória* e da *história*.

Para entendermos como tais representações da imprensa acerca da Baixada acabaram por se cristalizar como carregadas de “verdade”, embora o discurso midiático, como toda prática discursiva, seja essencialmente polifônico e dialógico,<sup>7</sup> busquemos inicialmente pensar como a imprensa, a partir de determinados contextos históricos, foi concebida como portadora de um “olhar objetivo sobre a realidade”.

A *objetividade*, conjugada aos ideais da imparcialidade e da neutralidade valorativa, passou a ser exigência para a prática de um jornalismo “verdadeiro” e profissional em meados do século XX. A própria concepção de fato e notícia são vitais neste sentido. O fato seria o que empiricamente e não valorativamente seria apreendido da realidade. O jornalismo, sem dúvida, passou a ser encarado com uma apropriação exata do real, exatamente por seu compromisso com a “verdade”. A idéia de que estaríamos lidando com uma versão, um discurso construído sobre um real a ser apropriado, foi sobreposta por uma objetivação da notícia como testemunha fidedigna da realidade .

Segundo Marialva Barbosa, “o que o jornal procurava difundir era, sobretudo, uma realidade construída mas apresentada como verídica. A imparcialidade do jornalismo era a meta maior a ser buscada, como também era a construção mais acabada de sua auto-imagem”.<sup>8</sup> Compromissado com a objetividade e com a verdade, o jornalista reportaria somente os fatos, e não suas opiniões sobre ele. A opinião, supostamente, passou a ser confinada em espaços delimitados e reconhecidos por todos, como os editoriais, as crônicas, os artigos de fundo e as cartas dos leitores.<sup>9</sup> Além de reportar somente os fatos, o jornalista

---

<sup>7</sup> Para as *categorias* de *polifonia* e *dialogismo*, cf. BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo, Hucitec, 1983.

<sup>8</sup> Cf. BARBOSA, Marialva. *Imprensa, poder e público*. Niterói, tese de Doutorado em História na UFF, 1996, p.183.

<sup>9</sup> Para uma abordagem ampliada sobre a *opinião* no jornalismo brasileiro, ver MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994 e também ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo, Ática, 1991.

passou a ter o poder de classificá-los enquanto dignos de serem noticiados.<sup>10</sup> Frente à sucessão de fatos que aconteciam na vida cotidiana e a ausência de espaço e tempo para a todos registrar, coube ao profissional de jornalismo indicar quais deviam ser transformados em notícias e, portanto, expostos ao domínio de um público amplo. Parodiando antigo slogan da Revista Manchete, que dizia “Aconteceu, virou manchete”, passamos a ter uma inversão impressionante graças ao poder concedido aos jornais. Pierre Nora descreve com propriedade o papel dos meios de comunicação de massa na produção dos acontecimentos históricos contemporâneos: “Imprensa, rádio, imagens não agem apenas como meios dos quais os acontecimentos seriam relativamente independentes, mas como a própria condição de sua existência. A publicidade dá forma à sua própria produção”.<sup>11</sup>

Este processo atingiu sua culminância na década de 50, quando o jornalismo mundial passou por um processo de americanização,<sup>12</sup> com a adoção de um “modo de fazer” jornalismo típico dos Estados Unidos. Em termos práticos, o que aconteceu foi a celebração destas visões do jornalismo como sinônimo de verdade, imparcialidade e objetividade. Mudanças visíveis marcaram a linguagem e a forma dos jornais, por exemplo. O modelo do *lead*, em que o primeiro parágrafo deveria conter as principais informações da notícia, efetivou-se como único possível. A idéia foi fazer com que o leitor, com pouco tempo disponível para a leitura de jornais diários, pudesse se informar somente com a leitura destes primeiros parágrafos. Além disso, a linguagem também devia primar pela objetividade, sem abusos estilísticos (figuras de linguagem mais rebuscadas são banidas), corte nos adjetivos (sinal de valoração e não de neutralidade) e ausência de narrativas em primeira pessoa. Em termos formais, houve uma nova concepção de diagramação. As imagens ganharam espaço, bem como os gráficos. A primeira página devia funcionar como um “cardápio de matérias”. Títulos e manchetes passaram a ser usadas como chamativos para o leitor, não só com estratégias tipográficas (corpo e tipo variados, uso de cores diferenciadas, localização na

---

<sup>10</sup> Sobre o conceito de notícia, ver, entre outros, ERBOLATO, *op. cit.*, LAGE, Nilson. *A estrutura da notícia*. São Paulo, Ática, 1987, MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo, Alfa-Ômega, 1978 e KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 1997.

<sup>11</sup> NORA, “O retorno do fato”. In: LE GOFF, J. e NORA, P. *História: Novos Problemas*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1988, p.181. Ver também LACOUTURE, Jean. “A História Imediata”. In: LE GOFF, J. *A História Nova*. São Paulo, Martins Fontes, 1995.

<sup>12</sup> Sérgio Ricardo Rodrigues Castilho também aponta para uma influência norte-americana, pós-50, no surgimento do marketing político-eleitoral no Brasil. Cf. CASTILHO, Sérgio Ricardo. *Marketing e ‘política’: a construção social do*



página etc), mas pelo próprio esforço de serem um resumo prático do que vai ser lido no interior da matéria. Nas redações, iniciou-se um processo de descentralização, com a implementação do sistema de editorias. A idéia era modernizar o produto oferecido, para garantir mais leitores e concorrer com a televisão, então uma ameaça emergente.<sup>13</sup>

Concomitantemente a este esforço de transformar o jornal em um veículo portador da verdade e da objetividade, aquele capaz de ver e traduzir para o leitor a realidade não vivenciada experimentalmente por cada um, outros jornais trilharam caminhos diferentes. A idéia era apostar na espetacularização da notícia,<sup>14</sup> no que seria batizado nos Estados Unidos de *yellow press* e rebatizado, no Brasil, de “imprensa marron”. Este ramo do jornalismo enfocou o caráter sensacionalista da notícia, buscando evidenciar os aspectos grotescos e/ou escatológicos da realidade. Devemos aqui, a partir de uma distinção proposta por Rabaça e Barbosa,<sup>15</sup> perceber a diferença entre o apelo ao sensacional, aos sentidos sensoriais, que seria característico e inerente a qualquer produto da comunicação de massa, entre eles os jornais impressos, e o sensacionalismo enquanto estratégia persuasiva, enquanto apelo de matriz psicológica ao universo do grotesco, da sexualidade, das pulsões e da escatologia, como demonstra, por exemplo, Muniz Sodré.<sup>16</sup>

Neste sentido, houve um investimento por parte da imprensa sensacionalista em produzir matérias cujos conteúdos abordassem temas como a violência em suas mais diversas faces. Os *fait divers*, que trabalham, por um lado, com a ambigüidade dos fatos, recurso midiático para chamar a atenção sobre o inusitado a partir de jogos de palavras e intenções mascaradas, e de outro, com a possibilidade de explorar os fatos como temas de diversão ou entretenimento, espetacularizando o noticiário, foram usados em larga escala, sendo que

---

‘mercado eleitoral’ no Brasil. Rio de Janeiro, tese de Doutorado em Antropologia Social, PPGAS/MN/UFRJ, 2000, pp-74-82.

<sup>13</sup> Sobre estas transformações, ver RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e História do Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro, tese de Doutorado em Comunicação/UFRJ, 2000.

<sup>14</sup> É importante pensar que a espetacularização da notícia via mídia só pode ser entendida dentro daquilo que Guy Debord chamou de “sociedade do espetáculo”. Ver DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997, pp.9-47.

<sup>15</sup> RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. São Paulo, Ática, 1987, p.531.

<sup>16</sup> “O grotesco parece ser, até o momento, a categoria estética mais apropriada para a apreensão deste *ethos* escatológico da cultura de massa nacional. Realmente, o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à “normalidade” humana – encaixam-se na cultura do grotesco”. Cf. SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis, Vozes, 1972, p. 38. Grifos do autor.

alguns jornais passaram a ter profissionais contratados exatamente para este criar tais *faits*.<sup>17</sup> Este tipo da imprensa, que começou a forjar uma identificação com o público pela exploração sensacionalista, é de vital importância em nosso trabalho, como demonstraremos adiante. Antônio Serra, em seu estudo sobre o jornal *O DIA*, demonstra como se estabeleceu, durante uma certo período de sua história,<sup>18</sup> uma apropriação do *grotesco* e do *escatológico* por parte do jornal, que termina por naturalizar determinadas exclusões e preconceitos sociais. Diz o autor:

“Dentro do jornal, a seção *crime* ou *policia*l é o espaço em que se desenvolverá a representação de parte importante do cotidiano de uma região social determinada, designada seja pela inserção de seus atores (“o povão”, o “povo”, as camadas “baixas”, etc), seja pela localização geográfica predominante. Em outras palavras, é o espaço em que figuram como personagens centrais e atuantes aqueles cujo aparecimento no resto do jornal é impossível ou secundário. Pois em relação ao espaço total do jornal, eles são “desviantes” (...). Vemos assim, que o espaço jornalístico, em sua “natural objetividade”, formaliza esta partilha, demarcando em suas seções a inserção social conforme o grau de sua legitimidade, ao mesmo tempo que concorre para traduzir em termos de anomalia a prática dos setores excluídos.”<sup>19</sup>

Os pontos até aqui descritos apontam para um aspecto fundamental do jornalismo na sociedade contemporânea. Ele, de uma forma ou de outra das aqui narradas, se apresenta como um formador de opinião, como um cristalizador de visões acerca do real. Vários autores têm procurado demonstrar como os meios de comunicação de massa e, mais especificamente, os jornais, ocupam um lugar privilegiado como formadores e armazenadores da memória social. Neste sentido, os jornais poderiam ser pensados como construtores privilegiados de *lugares sociais de memória*, no sentido dado por Pierre Nora.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Cf. BARTHES, Roland. “Structure du fait divers”. In: *Essais critiques*. Paris, Editions du Seuil, pp. 191-193. Cf. também DEJAVITE, Fábria Angélica. “O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção”. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Estudos de Jornalismo* (I). Campo Grande, Intercom, 2001.

<sup>18</sup> O trabalho do autor acerca das representações do cotidiano em um jornal popular como *O Dia* refere-se a meados da década de 70. No entanto, há cerca de uma década a linha editorial do jornal mudou completamente. No sentido de tentar descolar a publicação da imagem de sensacionalista, buscou-se uma nova diagramação, com uso de fotos e cores, além de uma ênfase em matérias de serviços e esportes. Sobre a linha editorial que privilegiava matérias de polícia, com ênfase no grotesco e no escatológico, cf. SERRA, Antonio A. *O Desvio Nosso de Cada Dia. A representação do cotidiano num jornal popular*. Rio de Janeiro, Dois Pontos Editora, 1986.

<sup>19</sup> *Idem*, pp.18-20. Grifos do autor.

<sup>20</sup> Essa relação é apontada por RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A História do seu Tempo. A imprensa e a produção do sentido histórico*. Rio de Janeiro, dissertação de Mestrado defendida na ECO/UFRJ, 1996.



O discurso jornalístico, ou como propõe Teun van Dijk<sup>21</sup> a *notícia como discurso*, carrega, por um lado, marcas de todas as práticas discursivas, um caráter *polifônico, dialógico e polissêmico*, construído em contextos e processos múltiplos. No entanto, como aponta van Dijk, há no discurso jornalístico uma dimensão relacionada à fabricação de notícias em que esta deve ser pensada dentro de uma prática institucional definida, ou seja, obedecendo a linhas editoriais, propostas comerciais, motivações ideológicas de seus proprietários, condições de produção, entre outras variáveis que podem condicionar o discurso produzido.

Assim, para o autor existe um *discurso da notícia*, em que há uma dupla operação de representações ideológicas, tanto por parte de quem a produz quanto daqueles que irão interpretá-la. Tal prática discursiva estaria montada sobre o estatuto da verdade, fundada no princípio da informação objetiva. Para gerar uma credibilidade por parte do leitor (que não seria um leitor qualquer, mas um tipo específico de leitor, que seria receptivo a determinadas construções discursivas e não a outras), o discurso da notícia se dividiria em categorias estruturais, cada uma cumprindo funções específicas, entre elas a manchete, o *lead*, o fato principal, o contexto, os comentários, entre outras.<sup>22</sup>

Percebendo, portanto, o discurso jornalístico como um construtor privilegiado de lugares de memória socialmente partilhados, cuja produção não se dá unilateralmente, mas a partir de uma perspectiva dialética entre emissores e receptores (sem perder de vista, como apontamos acima, o posicionamento dos diversos atores sociais envolvidos neste processo e sua participação no mesmo), vamos agora mapear como os principais jornais do Rio de Janeiro foram construindo representações diversas sobre a região da Baixada Fluminense nos últimos cinquenta anos.<sup>23</sup>

No decorrer de minha pesquisa de doutorado, procurei perceber que representações aparecem nas construções discursivas dos principais jornais cariocas acerca da Baixada Fluminense e que marcos ficaram fixados pelos agentes que entrevistei no decorrer da

---

<sup>21</sup> Cf. VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós, 1980.

<sup>22</sup> *Idem*, *Critical news analysis*. Amsterdam, University of Amsterdam, 1987.

<sup>23</sup> Como já indicado, os dados de amparo a estas observações estão disponíveis, de forma preliminar, no segundo capítulo da tese citada e uma pesquisa mais completa sobre o tema está em fase inicial de desenvolvimento. Portanto, os dados serão aqui apresentados de forma mais superficial, com o objetivo de problematizar o tema e não de oferecer conclusões fechadas.

pesquisa.<sup>24</sup> Assim, segundo eles, até 1950 a Baixada tem relativamente pouca visibilidade dentro da grande imprensa. Uma mudança neste sentido começa a ser sentida em meados de 50 e na década de 60, principalmente pelo papel exercido pelo político e pistoleiro Tenório Cavalcanti e pelas lutas pela posse da terra, no processo de loteamentos. Neste período, está sendo construída a imagem da região como “faroeste fluminense”, uma “terra sem lei”. A partir de 1970, já podemos perceber que a *Baixada*, principalmente nos jornais de cunho mais sensacionalista, como o *Última Hora*, passa a ocupar diariamente a primeira página, associada principalmente aos motes da “violência” e da “falta de políticas públicas”. Isso se amplia ainda mais na década de 80, com a criação da figura do “Mão Branca”, apresentado via imprensa como justiceiro local, mas, na prática, com ações bem similares a dos grupos de extermínio que já atuavam na *Baixada* nas décadas anteriores. Neste período inicial da década de 80, todos os grandes jornais (não só os sensacionalistas, como *Última Hora* e *O Dia*, mas também os que se alinham com a busca da credibilidade, como o *JB* e *O Globo*) dedicam generosos espaços em suas edições para retratar a *Baixada*, quase sempre associando-a a um espaço marcado pela “violência” e pela “ausência da lei”.

Ana Rosa Ferreira Dias, em seu estudo sobre o jornal paulista *Notícias Populares*, aponta para a construção, dentro do já conceituado *discurso da notícia*, de um tipo específico de prática discursiva, o “discurso da violência”. Este discurso seria marcado pelos apelos ao grotesco, ao escatológico e aos *fait divers*, como já explicado anteriormente. Nas palavras da autora, trata-se de um discurso

“com cartas previamente marcadas, com táticas de persuasão, com jogos dúbios de significados, com recursos de credibilidade (em que entram, é claro, os próprios recursos visuais representados pelas fotos mais expressivas dos fatos) num contexto complexo de produção, compreensão e uso da notícia ...”<sup>25</sup>

Tais técnicas discursivas teriam como destinatário “um tipo específico de leitor, receptivo a essa condução da narrativa, acostumado a esses ‘modelos’ noticiosos e à forma

---

<sup>24</sup> Realizei cerca de 60 entrevistas com agentes ligados à produção da memória e da história na Baixada Fluminense. Sobre as representações da imprensa acerca da cidade de Duque de Caxias, ver SOUZA, Marlúcia S. “Imagens da cidade de Duque de Caxias”. In: *Revista FEUDUC/CEPEA/PIBIC*, nº 2, 2000.

<sup>25</sup> DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O Discurso da Violência. As marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo, Educ, Cortez editora, 1996, p. 107.



como lhe são apresentados”.<sup>26</sup> Portanto, o caráter polifônico do discurso da violência aparece claramente na idéia de que existe um leitor com quem ele interage e com quem dialoga. Como afirma Elizabeth Rondelli, “o que se produz sobre a violência são representações múltiplas, discursos polifônicos, por vezes contraditórios, mas coerentes com requisitos institucionais diversos.”<sup>27</sup>

No entanto, mesmo reconhecendo a presença de múltiplas vozes nos discursos midiáticos, muitos autores<sup>28</sup> vão apontar para a assimetria neste processo, já que a imprensa, através de estratégias enunciativas, seria capaz de fixar conteúdos e propor a “pauta” dos acontecimentos para seus leitores. Dessa forma, a imprensa atuaria como construtora de *lugares de memória*, fixando dados e informações, ao mesmo tempo que levando outros mais ao esquecimento,<sup>29</sup> e gerando representações acerca do real que seriam “consumidas” e incorporadas pelo seu público receptor, ainda que levando em conta as diversas concepções acerca das diferentes formas de receber uma mesma mensagem.<sup>30</sup> Como afirma Elizabeth Rondelli: “pelo procedimento de ampla visibilização, os meios de comunicação agem como construtores privilegiados de representações sociais sobre o crime, a violência e sobre aquelas pessoas envolvidas em suas práticas e em sua coibição”.<sup>31</sup>

Na década de 90, no entanto, essas representações associando a BF à “violência” começam a ser atenuadas nos grandes jornais, permanecendo somente no *Última Hora* (com a criação da figura de outro justiceiro, o “Máscara Negra”, não tão impactante quanto o “Mão

<sup>26</sup> *Idem*, p. 107. A idéia de que a mídia estabelece um “contrato de leitura” com o seu leitor específico foi desenvolvida por Eliseo Verón, sendo este “contrato” fundamental para entender o *dialogismo* entre os meios de comunicação e seus consumidores. Cf. VERÓN, E. “L’analyse du ‘Contract de Lecture’: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presses”. In: *Les medias, experiences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1983 e “Quand lire c’est faire: l’enonciation das le discours de la presse écrite”. In *Semiotique II*. Paris, IREP, 1983.

<sup>27</sup> Cf. RONDELLI, Elizabeth. “Imagens da violência e práticas discursivas”. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder e outros (org.). *Linguagens da Violência*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000, p. 155. Rondelli, demonstrando o caráter polifônico do discurso jornalístico sobre a violência, realizou um estudo sobre as representações da violência na mídia mais recente e detectou a presença de pelo menos cinco “vozes” diferentes nessas práticas discursivas. Cf. pp.154-160.

<sup>28</sup> Além de Ana Rosa Ferreira Dias e Elizabeth Rondelli, acima citadas, ver também SERRA, Antonio, *op. cit.*, BUCCI, Eugênio. “Da pancadaria explícita à violência invisível”. In: *O Peixe morre pela boca*. São Paulo, Página Aberta, 1993, LEMOS, Cláudia. “Narrar a violência: a cobertura policial num jornal popular nos anos 1990”. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Estudos de Jornalismo (I)*. Campo Grande, Intercom, 2001 e ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. *Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo, Summus, 1995.

<sup>29</sup> Sobre a questão do enquadramento da memória e a negociação entre lembrar e esquecer, conferir POLLACK, Michael. “Memória e identidade social”. In: *Estudos Históricos*, 5 (10). Rio de Janeiro, 1992 e “Memória, Esquecimento, Silêncio. In: *Estudos Históricos*, 2 (3). Rio de Janeiro, 1989.

<sup>30</sup> Antonio Serra afirma, referindo-se aos discursos da violência, “que esta organização jornalística termina por substancializar os fatos e agentes nela inseridos, conferindo-lhes qualidades definitivas e que são cotidianamente reconhecidas e realimentadas pela leitura.”. Cf. SERRA, *op. cit.*, p.21. Cf. também a teoria da *Agenda Setting*, e sua concepção da mídia como responsável por pautar o senso comum, em WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1987.



Branca”, mas com o mesmo tipo de ação). Finalmente, no ano 2000, já sem o *Última Hora* (que seria extinto em meados de 90), a *Baixada* como sinônimo de violência e terra de desmandos praticamente desaparece da grande mídia. Para os agentes que entrevistei, alguns fatores são determinantes para esta mudança de concepção: a propagação da idéia de que a violência se generalizou, atingindo principalmente a cidade do Rio de Janeiro; a criação dos cadernos sobre a *Baixada* (no *Dia* e no *Globo*, semanalmente; no *JB*, através de edições especiais lançadas no decorrer da década), oferecendo uma outra visão sobre a região; a criação da Linha Vermelha, que, ao diminuir o tempo para vencer a distância geográfica, teria causado também um impacto sobre a distância social; a ação dos movimentos sociais a partir da década de 80, que teriam conseguido transformar o cenário social da *Baixada*; a percepção de que a região seria um “mercado consumidor” potencial; o surgimento de uma preocupação das autoridades políticas locais em construir imagens positivas para seus municípios; a própria ação destes agentes, construtores de discursos memorialistas e historiográficos sobre a região, que teriam conseguido mostrar que existe uma “outra Baixada”.<sup>32</sup>

Sintetizando, podemos dizer, portanto, que a imprensa carioca veio construindo, dos anos 60 aos 90, um imaginário acerca da *Baixada* onde esta aparece associada, principalmente, à “violência” e ao “desmando público”. E uma porção significativa da ação dos agentes que compõem a *rede de memória e história na “Baixada Fluminense”* está voltada para reverter esse *imaginário*, buscando instituir imagens positivas sobre a região. Desta forma, uma forte relação entre as construções discursivas da imprensa e as produções memorialísticas e historiográficas sobre a região pode ser percebida claramente. Esclarecer mais profundamente esta interação (complementando, com uma pesquisa sobre o discurso da imprensa, os resultados já obtidos sobre a produção do discurso de agentes e agências locais) é o objetivo maior da pesquisa que estamos iniciando.

---

<sup>31</sup> RONDELLI, *op. cit.*, p.152.

<sup>32</sup> Cláudia Lemos aponta para uma outra possibilidade: de que os próprios jornais “sensacionalistas” tenham mudado suas linhas editoriais na década de 90, concebendo outras estratégias discursivas e “uma substituição de modelos no jornalismo popular e na cobertura policial”. Cf. LEMOS, C., *op. cit.*, pp.60-61.



## **Bibliografia**

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. *Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo, Summus, 1995.

ALVES, José Cláudio Souza. *Baixada Fluminense: a violência na construção do poder*. São Paulo, tese de Doutorado em Sociologia, USP, 1998.

\_\_\_\_\_. “Baixada Fluminense: o código genético social de uma periferia”. *Revista FEUDUC/CEPEA/PIBIC*, agosto de 1999, nº 1.

BAKHTIN, Mikhail. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. SP, Hucitec e Brasília, Universidade de Brasília, 1987.

\_\_\_\_\_. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo, Hucitec, 1983.

BARBOSA, Marialva. *Imprensa, poder e público*. Niterói, tese de Doutorado em História, UFF, 1996.

BARTHES, Roland. “Structure du fait divers”. In: *Essais critiques*. Paris, Editions du Seuil.

BELOCH, Israel. *Capa Preta e Lurdinha: Tenório Cavalcanti e o Povo da Baixada*. Rio de Janeiro, Record, 1986.

BUCCI, Eugênio. “Da pancadaria explícita à violência invisível”. In: *O Peixe morre pela boca*. São Paulo, Página Aberta, 1993.

CASTILHO, Sérgio Ricardo Rodrigues. *Marketing e ‘política’: a construção social do ‘mercado eleitoral’ no Brasil*. Rio de Janeiro, tese de Doutorado em Antropologia Social, PPGAS/MN/UFRJ, 2000.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.

DEJAVITE, Fábila Angélica. “O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção”. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Estudos de Jornalismo (I)*. Campo Grande, Intercom, 2001.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O Discurso da Violência. As marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo, Educ, Cortez editora, 1996.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo, Ática, 1991.

GOFFMAN, Erving. *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. RJ, Guanabara, 1988.



GRYNSZPAN, Mário. *Mobilização Camponesa e Competição Política no Estado do Rio de Janeiro (1950-1964)*. Rio de Janeiro, PPGAS/MN/UFRJ, 1987.

\_\_\_\_\_. “Os idiomas da patronagem: um estudo da trajetória de Tenório Cavalcanti”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 14, ano 5, out./1990.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 1997.

LACERDA, Stélio. *Uma passagem pela Caxias dos anos 60*. Teresópolis, edição do autor, 2001.

LACOUTURE, Jean. “A História Imediata”. In: LE GOFF, J. *A História Nova*. São Paulo, Martins Fontes, 1995.

LAGE, Nilson. *A estrutura da notícia*. São Paulo, Ática, 1987.

LEMOS, Cláudia. “Narrar a violência: a cobertura policial num jornal popular nos anos 1990”. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Estudos de Jornalismo (I)*. Campo Grande, Intercom, 2001.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo, Alfa-Ômega, 1978.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.

NORA, Pierre. *Les lieux de Mémoire*. Paris, Gallimard, 1984.

\_\_\_\_\_. “O retorno do fato”. In: LE GOFF, J. e NORA, P. *História: Novos Problemas*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1988.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso. Introdução à Análise de Discursos*. São Paulo, Hacker editores, 1999.

POLLACK, Michael. “Memória e identidade social”. In: *Estudos Históricos*, 5 (10). Rio de Janeiro, 1992.

\_\_\_\_\_. “Memória, Esquecimento, Silêncio. In: *Estudos Históricos*, 2 (3). Rio de Janeiro, 1989.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. São Paulo, Ática, 1987.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A História do seu Tempo. A imprensa e a produção do sentido histórico*. Rio de Janeiro, dissertação de Mestrado defendida na ECO/UFRJ, 1996

\_\_\_\_\_. *Imprensa e História do Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro, tese de Doutorado em Comunicação/UFRJ, 2000.



- RONDELLI, Elizabeth. “Imagens da violência e práticas discursivas”. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder e outros (org.). *Linguagens da Violência*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000.
- SERRA, Antônio. *O Desvio Nosso de Cada Dia. A representação do cotidiano num jornal popular*. Rio de Janeiro, Dois Pontos, 1986.
- SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis, Vozes, 1972.
- SOUZA, Marlúcia S. “Imagens da cidade de Duque de Caxias”. In: *Revista FEUDUC/CEPEA/PIBIC*, nº 2, 2000.
- SOUZA, Percival. *A Maior Violência do Mundo: Baixada Fluminense*. São Paulo, Traço Ed., 1980.
- TORRES, Rogério e MENEZES, Newton. *Sonegação, Fome, Saque*. Duque de Caxias, Edição do Consórcio de Administração de Edições, 1987.
- VAN DIJK, Teun A. *Critical news analysis*. Amsterdam, University of Amsterdam, 1987.
- \_\_\_\_\_. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós, 1980.
- VERON, E. *A produção do sentido*. São Paulo, Cultrix/USP, 1980.
- \_\_\_\_\_. “L’analyse du ‘Contract de Lecture’: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presses”. In: *Les medias, experciences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1983.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1987.