



A cidade pela mídia: introdução ao estudo das representações urbanas ¹

Mariana Zibordi Pelegrini²

Universidade Estadual do Rio de Janeiro

Resumo

Este trabalho pretende introduzir bases teóricas para o estudo das representações da cidade pela mídia. Traçando, dessa maneira, reflexões sobre o espaço urbano, representações sociais, comunicação e cidade. Buscando compreender a influência da mídia no imaginário urbano, vamos indicar estudos sobre a percepção da cidade e de como a mídia atua neste imaginário. Procuramos, dessa forma, entender a presença da comunicação nas representações sociais e a relação desta interação com a imagem da cidade.

Palavras-chave

Comunicação, Cidade, Representações Sociais

Introdução

A cidade é percebida. É palco das sociabilidades, experiências e atividades da vida cotidiana. A cidade, ao mesmo tempo, é retratada. Em linhas, em imagens, em depoimentos, a concepção da realidade do cotidiano urbano é transmitida diariamente por diferentes aparatos midiáticos – a televisão, o rádio, os veículos impressos, a internet. O recorte da mídia sobre a cidade (re)constrói e (re)afirma representações sociais presentes no imaginário coletivo.

As representações sociais manifestam-se como a “linguagem do senso comum” (MINAYO, 1992). Esse senso comum ou saber popular, na maioria das vezes, constitui um pensamento fragmentado que procura conceber a realidade. No campo da comunicação, esses fragmentos do real ganham notoriedade e passam a ser disseminados na mídia.

As representações sociais disseminadas pelos meios de comunicação passam a se constituírem realidades as quais passam a integrar o perfil da opinião pública em forma de **discurso da atualidade**, tornando

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

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FCS/ UERJ, email: mariana.pelegrini@gmail.com



parte do senso-comum. As influências sociais da comunicação no processo das representações sociais servem como meio para estabelecer ligações e conexões significativas com as quais nos relacionamos e interagimos uns com os outros. (MORIGI, 2004, p. 6)

Os meios de comunicação constituem-se como um campo favorável para a disseminação das representações sociais. Da mesma forma que os meios podem criar representações sobre uma cidade, também podem atuar no sentido de reforçar representações já vigentes pela sociedade. A importância das representações para o estudo da cidade é de que elas podem intervir diretamente em como o sujeito, habitante da urbe, se relaciona com o espaço urbano.

Este trabalho pretende introduzir algumas bases teóricas para o estudo das representações da cidade pela mídia. Traçando, dessa maneira, reflexões sobre o espaço urbano, representações sociais, comunicação e cidade. Para tanto, vamos nos reportar a estudos sobre a percepção da cidade contemporânea e da redistribuição do espaço urbano para o espaço midiático. Posteriormente, tentaremos compreender como a mídia faz uso dessas representações e contribui para a fragmentação da percepção urbana. Pretendemos conceituar representações sociais e sua aplicação na mídia, através de estudos sobre comunicação e cidade.

A percepção da cidade

O surgimento das cidades do século XV, com o Renascimento, inaugura uma importante etapa. A vida urbana instaura a modernidade e a passagem do modelo feudal para o mercantilismo. A cidade instaura um novo senso de ordenação e, com o seu caráter de perenidade, passa a ser a concentração das dores e das delícias da vida em sociedade.

A cidade contemporânea é feita de ruas, construções arquitetônicas, trânsito, sinalização, fluxo, pessoas, comunicação, história, paisagens, uma infinidade de fatores que caracterizam a contextualização da urbe. Dentre esses fatores, a sociedade define suas positivities e negatividades. Enquanto é palco da efervescência cultural e científica, da arquitetura, da história e das paisagens urbanas, a cidade é cenário da violência, da miséria, do lixo e da saturação humana. Da passagem do modelo feudal à cidade moderna, a concentração em espaços urbanos justificava-se pelas relações



monetárias e econômicas. Espaços concentrados geravam relações com menos ruído. O motor cidadão é a economia.

A materialidade da cidade gera imaginários coletivos que são fragmentos dessas características que, negativas ou positivas, adjetivam o espaço urbano. A cidade é um artifício, no sentido de ser uma construção humana. Na contemporaneidade, porém não podemos conceber a cidade apenas como materialidade, o espaço urbano se entrelaça com diferentes espaços que coexistem na sociedade.

É necessário conceber a urbe mais do que um conjunto de fatores visuais. O cotidiano da cidade traz inscrições fundamentais para a vida social. As pessoas são elementos móveis da cidade e constituem-se de importância tão fundamental assim como suas construções físicas.

É que a cidade é uma das formas da inscrição da experiência humana na cultura e na história, e, portanto, um processo contextual, resultante dos projetos que dinamizam suas estruturas. A experiência urbana é incessantemente recriada e tem sua inscrição constantemente atualizada na história. (ESTRELLA e GONZALVEZ, 2006, p.2)

Não somos meros observadores desse espetáculo, mas parte dele; compartilhamos o mesmo palco com os outros participantes. Na maioria das vezes nossa percepção da cidade não é abrangente, mas antes parcial. (LYNCH, 2001, p.2).

O espaço urbano compreende a diversidade, a oposição, o cotidiano humano. Para caracterizar um território tão plural, Deleuze e Guattari (1997) procuraram entender a cidade sob uma dualidade: o espaço liso e o espaço estriado, na qual o espaço social seria visto como uma espécie de tecido, onde o liso é um território não regrado, à espera de reorganizações, e o estriado, o contrário: uma seqüência de regras inscritas no espaço mútuo. Entender a cidade sob o ponto de vista dessa dualidade se mostra importante para compreendermos as variáveis existentes no espaço urbano, das quais ora parecem convergir e em dados momentos indicar oposições que conseguem conviver mutuamente.

Mesmo a cidade mais estriada secreta espaços lisos: habitar a cidade como nômade, ou troglodita. Às vezes bastam movimentos, de velocidade ou de lentidão, para recriar um espaço liso. Evidentemente, os espaços lisos por si só não são liberadores. Mas é neles que a luta muda, se desloca, e que a vida reconstitui seus desafios, afronta novos obstáculos, inventa novos andamentos, modifica os adversários. (DELEUZE e GUATTARI, 1997, p. 214)



No que diz respeito ao espaço midiático, por exemplo, FECHINE (2006) indica uma reconfiguração do espaço urbano através da mídia. O espaço midiático invade o espaço da superfície, rompendo com os limites territoriais. Esse rompimento ocorre através da interface da tela. Modificando a noção da “cidade como ‘palco’ de encontro”, fazendo com que esse espaço físico seja um espaço prático.

A evolução dos meios contribuiu para uma dissociação progressiva entre o lugar físico, o lugar social e o lugar semiótico. Os meios criaram um novo espaço de sociabilidade:

Se a concepção de espaço esteve historicamente associada à configuração de um lugar, este lugar é (re)apresentado agora na interface da tela sob um regime da temporalidade próprio ao que é eletrônico. (FECHINE, 2006, pg. 38)

A interação entre a mídia e o espaço urbano é tão abrangente que influi na sociabilidade da cidade. A cidade imaginária que é traçada pelas representações e pela mídia, convive mutuamente com a cidade real. A experiência cotidiana, com peculiaridades do espaço urbano, cria uma imagem para o sujeito que nele habita. Mas essa imagem, por sua vez, também é traçada pelos meios de comunicação.

Por conseguinte, a abordagem dos meios de comunicação, ao tratarem das representações urbanas, auxilia na fragmentação das representações do cotidiano da cidade. Sendo que ora a mídia pontua as problemáticas do espaço urbano, como a violência e a pobreza, e ora nega tais problemas fantasiando o imaginário das cidades através de ficções e publicidades.

Representações urbanas na mídia

As representações sociais operam na construção de um sujeito social, que é constituído de saberes. Esses saberes são visões, perspectivas que traçam um viés em confluência com vários fatores. A sociedade, para não lidar com a heterogeneidade dos sujeitos, busca a generalização das idéias, o senso-comum³.

Sua mediação privilegiada porém é a **linguagem do senso comum**, tomada como forma de conhecimento e de interação social. Mesmo

³ O senso comum seria o oposto ao pensamento científico, um saber popular. Um pensamento livre, porém fortemente influenciado por estereótipos. “O senso comum se mostra como uma forma de conhecimento efetivamente prático, elaborado a partir das ações do cotidiano.” (MARCOS ALEXANDRE, 2000, p.164).



sabendo que ela traduz um pensamento fragmentário e se limita a certos aspectos da experiência existencial frequentemente contraditória, possui diversos graus de clareza e de nitidez em relação à realidade. (MINAYO, 1992, p.173)

A teoria das representações sociais é oriunda da psicologia social e enraizada por Serge Moscovici. Com a rapidez do fluxo de informações provenientes do pensamento social e com a constante da renovação do conhecimento cultural, científico e social, novas representações entram em circulação, fazendo com que a sociedade seja constituída de imaginários possíveis e não tradições fixas.

Resumindo, a preocupação central da teoria das Representações Sociais procura responder por que as pessoas desempenham determinadas ações, e não outras? Segundo a teoria, por trás dessas ações, e fundamentando as razões pelas quais as pessoas tomam tais atitudes, está uma representação do mundo que não é apenas racional, cognitiva, mas, muito mais do que isso, é um conjunto amplo de sentidos criados e partilhados socialmente. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.36)

No que diz respeito à urbe, as visões da cidade seguem o padrão da heterogeneidade, assim como indica Pryston (2007) ao refletir sobre o ensaio de Carl Schorske (2000) intitulado “A cidade segundo o pensamento europeu”:

A cidade vista como virtude implica a crença da vida urbana como base da dinâmica da civilização – esta abordagem podendo ser encontrada em Adam Smith, Voltaire, Fichte. Ao mesmo tempo, a cidade como vício, como destruição do campo, da tradição, como extremo negativo da diversidade, como prisão do operário vai ser uma imagem extremamente reforçada por um cenário urbano industrial e compartilhada por artistas, pensadores e planejadores por meio de projetos utópicos (Fourier), estéticas e idéias arcaizantes (Ruskin, Morris, pré-rafaelitas), pela crítica iluminista e futurista (Marx e Engels), pelos romances naturalistas que denunciavam as suas iniquidades (Zola), por manifestos totalitários e nacionalistas (Léon Daudet, Maurice Barrès, pró-nazistas). (PRYSTON, 2007, p.8)

A cidade não foge às retratações das representações sociais e também é vista a partir de um senso comum, de uma visão estabelecida a partir do cotidiano, sem nenhuma pretensão científica. A comunicação, por sua vez, se utiliza das representações para retratar os aspectos cotidianos da vida na cidade. Dessa forma, o espaço urbano não é retratado como um conjunto de percepções e sim como fragmentos desse conjunto, fazendo com que a cidade torne-se múltipla em seus imaginários, constituindo assim em



várias cidades possíveis. “Os meios de comunicação contemporâneos apresentam um caleidoscópio de várias cidades possíveis a partir da mesma cidade.” (DUARTE, 2006, p.110)

Pryston (2007), ao tratar das representações urbanas presentes na telenovela, menciona o uso do que há de clichê, do estereótipo da cidade. Esses fragmentos representam uma cidade fantasiada, “uma cidade imaginária, só existente nesse plano representacional”. O telejornalismo, por outro lado, prefere lidar com as problemáticas do cotidiano urbano.

Verdadeiras cidades invisíveis emergem a partir dos fragmentos de cidades reais. O Rio de Janeiro do espelho se constrói com tiros nas favelas e cenários de novelas. Bagdá existe em destroços. Nova York é a bela torre de Babel de todos os povos. Imagens construídas a partir de informações das mais diversas, apontando sentidos distintos, mas que com a repetição das informações mais constantes geram um sentido, uma coerência de onde a imagem conceitual emerge. Essa imagem midiática é um reflexo de cidade possível, uma imagem que se constrói com aspectos reais, mas que cria uma temporalidade e um sentido próprio deslocado do sentido do vivido e que retorna para o vivido redimensionando sua existência. (DUARTE, 2006, p.108)

Essas representações procuram utilizar fragmentos para determinar a concepção do espaço urbano na mídia. A imagem colocada pelo aparato midiático contribui sobremaneira para a disseminação de representações. No Rio de Janeiro por exemplo, a mídia trabalha com duas construções para o imaginário da cidade. A cidade maravilhosa e importante ponto turístico para o país, mas ao mesmo tempo, a cidade do medo e da violência, que sofre com a desigualdade social. Em estudo sobre o bairro carioca Barra da Tijuca, Ricardo Freitas denuncia as duas representações trabalhadas pelo jornalismo impresso sobre o local.

O jornalismo impresso tem cedido cada vez mais espaço aos fatos relacionados à violência urbana, com volumosa ênfase, no caso brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, a propaganda veiculada nos jornais oferece uma intensa lista de produtos que propõem deixar as pessoas a salvo do perigo. (FREITAS, 2005, p.2)

Essa dualidade das representações urbanas presente na mídia cria um confronto entre duas cidades possíveis: uma cidade glamourizada pela classe mais alta da sociedade e que, por sua vez, é fantasiada pela classe média; e ainda uma cidade da margem, a mercê dos problemas sociais. Apesar de esses espaços urbanos constituírem de uma mesma urbe, a mídia perpetua a noção de que são duas realidades distintas e distantes.



Considerações Finais

O presente trabalho procurou introduzir o estudo das representações urbanas na mídia, a partir dos estudos das representações sociais e de comunicação e cidade. A mídia como parte do processo do imaginário urbano pode estabelecer a relação que o sujeito terá com o espaço da cidade.

O cotidiano, sendo retratado de diferentes formas pelos meios de comunicação, gera imagens positivas e negativas da urbe. Estas imagens são utilizadas para caracterizar as cidades, fazendo com que os fragmentos e percepções urbanas sejam apreendidos sob determinados pontos de vista. Justamente, os pontos de vista em que a mídia trabalha. O trabalho da mídia atua definindo dois pólos do espaço urbano, dividindo a realidade social da cidade. O recorte da mídia, que está presente nas representações sociais, segrega um espaço que, por sua própria materialidade, já se encontra segregado.

Através desta introdução, buscamos compreender as representações urbanas nos meios de comunicação, assim como a construção do imaginário urbano através da percepção da cidade e do recorte pela mídia.

Referências bibliográficas

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O liso e o estriado**. In: Mil Platôs — capitalismo e esquizofrenia. V. V. tradução: Peter Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo, 34, 1997.

DUARTE, Eduardo. **Desejo de Cidade - múltiplos tempos, das múltiplas cidades, de uma mesma cidade**. In: Angela Prysthon. (Org.). *Imagens da Cidade - espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

ESTRELLA, Charbelly e GONZALVES, Fernando do Nascimento. **Comunicação, cidades e invasões artísticas**. São Leopoldo: UNIrevista, Vol. 1, nº 3, 2006.

FECHINE, Ivana. **Espaço Urbano, Televisão e Interação**. In: PRYSTHON, Ângela. *Imagens da Cidade*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

FREITAS, Ricardo Ferreira. **Narrativas da violência: um estudo de caso sobre a Barra da Tijuca**. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho A; JOVCHELOVITCH, Sandra (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994.



LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MARCOS ALEXANDRE (de Souza Gomes) . **O saber popular e sua influência na construção das representações sociais**. Rio de Janeiro: Comum, v. 5, 2000.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: a pesquisa qualitativa em saúde**. Rio de Janeiro - São Paulo: HUCITE ABRASCO, 1992.

MORIGI, Valdir Jose. **Teoria Social e Comunicação: Representações Sociais, Produção de Sentidos e Construção dos Imaginários Midiáticos**. Brasília: E-Compós, v.1, 2004.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo E. Viseu. **Jornalismo e representações sociais : algumas considerações**. Porto Alegre: Revista da FAMECOS, 2006.

PRYSTHON, Angela. **Cidades visíveis. Fragmentos da vida urbana brasileira em cinema e TV contemporâneos**. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo, v. 4, 2007.