

A gentrificação e o surgimento de um Rio de Janeiro do século XXI nas páginas do jornal O Globo¹

Ana Cristina Costa de Lima e Silva²
Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ

Resumo: O objetivo do presente artigo é fazer uma breve visita ao uso do termo “gentrificação”, conceituado por Neil Smith, em 1996, pelo jornal O Globo, em dias atuais. A exemplo do estudo desenvolvido por Smith sobre processo ocorrido no Harlem, bairro nova-iorquino, pretende-se aqui analisar a representação da cidade do Rio de Janeiro na série de reportagens do Especial “Cidade em Transe”, publicada pelo diário carioca entre os dias 27 e 30 de outubro de 2013, apontando possíveis inflexões do termo “gentrificação”. Nessas reportagens, o jornal busca traçar um novo perfil da cidade a partir das obras de infraestrutura necessárias para que a cidade abrigue os megaeventos agendados – Copa do Mundo, em 2014, e Olimpíadas, em 2016.

Palavras-chave: gentrificação; jornal O Globo; megaeventos; Rio de Janeiro

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF), sob orientação do prof. Dr. Márcio de Souza Castilho. Pesquisadora do LaPa (Laboratório de Pesquisas Aplicadas do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano)

Introdução

Pensar uma cidade como palco para eventos internacionais faz considerar a possibilidade de investimentos e melhorias nas condições de infraestrutura locais. Afinal, ela estará no centro das atenções de todo o mundo, recebendo um fluxo de visitantes que exige preparação para tal tarefa. Em 2008, quando foi anunciada como uma das sedes dos jogos da Copa do Mundo de 2014, a cidade do Rio de Janeiro ocupou certo protagonismo à frente das demais do país. Isso cresceu ainda mais com o anúncio, no ano seguinte, de que nela ocorreriam também os Jogos Olímpicos de 2016.

Quase que imediatamente após esses anúncios, surgiram compromissos públicos e narrativas pautadas nas melhorias advindas desses eventos. Crescimento da oferta hoteleira, atração de capital estrangeiro interessado em investir, desenvolvimento da oferta de transportes, entre outras promessas, trouxeram para o centro da questão a necessidade de reformular o espaço urbano carioca, tornando-o compatível com o padrão internacional que nortearia a cidade a partir de então.

Se por um lado houve comemoração com os ganhos que se poderia ter com novos investimentos, essas alterações do espaço urbano, em tão pouco tempo, acarretaram um intenso redesenho da cidade. As obras, dia após dia, passaram a intensificar as contradições entre discurso e prática. No que diz respeito, por exemplo, às favelas, isso faria emergir um novo projeto de cidade em que parte seria removida e parte urbanizada – o que também inclui, necessariamente, algum grau de remoção.

Casos como esse de “revitalização” do espaço urbano estão presentes em diversas cidades, em especial naquelas que, nas últimas décadas, sediaram Olimpíadas (Barcelona, em 1992) e Copas do Mundo (África do Sul, em 2010). Apesar de já ocorrer mesmo muito antes desses megaeventos, apenas em 1996 a “gentrificação” ou o aburguesamento do espaço urbano foi analisado em profundidade e consolidado como fenômeno social observado nas cidades contemporâneas. Isso se deu com a publicação do ensaio *The new urban frontiers: gentrification and the revanchist city*³, do geógrafo britânico Neil Smith. Na obra, o autor identifica diversos processos ocorridos nas décadas de 1980 e 1990, em especial, nos Estados Unidos e, em particular, em Nova York. Apesar de o termo ter sido cunhado, em 1964, pela

³ Todas as citações cujas referências bibliográficas estão em inglês foram traduzidas pela autora do artigo apenas com o objetivo de facilitar a leitura. No entanto, a tradução não foi feita com rigor terminológico necessário e, portanto, pode conter imprecisões.

socióloga Ruth Glass, considera-se que somente a partir dessa obra de Smith o termo foi devidamente conceituado.

O autor intitula o capítulo 2 (*Is gentrification a dirty word?* – Gentrificação é uma palavra suja?) a partir do anúncio publicitário de mesmo título publicado pelo *Real Estate Board* no jornal *New York Times*, em 23 de dezembro de 1985, no qual a organização tenta induzir o significado da palavra gentrificação na direção de algo positivo, utilizando argumentos como: “Nós acreditamos que a maior esperança de Nova York esteja na família, nos negócios e em instituições financeiras, dispostas a se empenhar em um longo processo para o bairro que precisa delas. Isso é gentrificação” (SMITH, 2005:29).

Não se discute neste artigo a importância dos possíveis benefícios para a cidade e parte de sua população com obras de melhorias do espaço urbano. Para muitos autores, a palavra gentrificação é usada para defender o caráter inevitável de modernização, a renovação do passado. Por outro lado, como é possível resgatar em Smith, os que se opõem a ela são apontados como contrários ao progresso, como se não houvesse uma posição intermediária e o assunto tenha sempre que ser polarizado. “Mas não se trata disso. O caráter sujo da palavra gentrificação está na profunda desconsideração das populações empobrecidas, despejadas e transformadas em sem-teto a partir da ocupação das áreas ‘desvitalizadas’. Para esses, a gentrificação é, de fato, uma palavra suja e assim deve permanecer” (SMITH, 2005:32).

Essa reflexão se torna mais ampla se pensarmos nas críticas feitas por Loïc Wacquant (2010). Ao ressituar a gentrificação, ele analisa que a inflexão do uso do termo esteja ligada à própria atuação da academia e à condução das pesquisas sobre o tema. Segundo ele, há um processo de “gentrificação da pesquisa sobre gentrificação” (2010:51), o que faria com que o processo ganhasse um ar de “renovação” local, como uma “‘solução urbana’ para os males da decadência socioespacial” (2010:54). Segundo ele, essa renovação da cidade como local aprazível de e para o consumo burguês contribui para a legitimação do deslocamento do papel do Estado de provedor de serviços essenciais básicos ao bem-estar social para o de fornecedor de serviços e amenidades empresariais (2009).

A inflexão e suas conseqüências

Quase trinta anos depois da publicação do anúncio no *New York Times*, o jornal O Globo, diário impresso de maior tiragem no estado do Rio de Janeiro⁴, circula o especial Cidade em Transe, entre os dias 27 e 30 de outubro de 2013. Motivado pela transformação pela qual a cidade vem passando, o jornal preparou uma série de quatorze reportagens nas quais “busca mostrar ao leitor as modificações da cidade, seus impactos na vida dos cariocas e como outras cidades do planeta vivem o fenômeno” (O GLOBO, 26/10/2013: 17).

A reportagem que abriu o especial, intitulada “Novo retrato da metrópole”, traz um glossário em que o termo “gentrificação” é explicado de maneira neutra, sem nenhum julgamento de valor:

É um conceito usado para se referir ao processo de renovação de população, em que a chegada crescente de novos residentes de renda superior acaba por transformar o perfil sociocultural da área em questão. Os novos moradores introduzem costumes e práticas de consumo distintos dos tradicionais, estimulando o surgimento de negócios e elevando o custo de vida, especialmente no que se refere aos gastos com moradia, o que pressiona a saída de antigos residentes da área. (O GLOBO, 27/10/2013: 18)

No entanto, boa parte das demais reportagens dá a entender que o processo traz melhorias para a cidade e a população como um todo, mostrando apenas aspectos positivos das mudanças. A palavra “valorização” (e variações como “valor do metro quadrado subiu”) é utilizada seis vezes em títulos e subtítulos, entre quatorze reportagens contabilizadas, o que expressa um total de 42,8% das matérias do caderno especial. Se tomarmos como base o pensamento de Smith, palavras como “revitalização”, “renovação” e “melhorias” são instrumentos de legitimação das mudanças na geografia social de muitos centros urbanos:

A linguagem da gentrificação se provou irresistível e capturou com precisão a dimensão das transformações de classe sob a geografia social de muitos centros urbanos. Os simpáticos ao processo recorrem a termos como “reciclagem da vizinhança”, melhorias, renascimento, sempre atraídos pelo senso de modernização, renovação e limpeza urbana pela classe média branca. (SMITH, 2005: 30)

O uso desses termos serve para mostrar que o local passa a ser cuidado pelo Estado, ao mesmo tempo em que desqualifica a comunidade que antes o habitava, como se não houvesse vida e fosse necessário “revitalizar”, ou seja, dar vida novamente. “A linguagem da revitalização, da reciclagem, da melhoria e do renascimento sugere que as vizinhanças

⁴ Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), com média diária de 267.541 exemplares vendidos no ano de 2013.

afetadas pela gentrificação eram, de alguma forma, desvitalizadas ou culturalmente doentes” (SMITH, 2005: 30).

Segregação e dominação hegemônica

Atribuir às áreas a serem revitalizadas o caráter de desvitalizadas, sob promessas de melhorias e renovação, é parte da estratégia de legitimação discursiva utilizada pelo poder hegemônico para moldagem da opinião pública. Segundo Dênis de Moraes (2009), a influência do imaginário social é parte dos mecanismos para alcançar, legitimar e conservar a hegemonia. As influências no imaginário social trazem efeitos e desdobramentos, segundo Moraes, na produção de identidade social, na disseminação de visão de mundo, de interesses, conflitos e controles da vida coletiva, na deflagração de possíveis mudanças nos modos de sociabilidade e em outros padrões de comportamento. “É no imaginário social, portanto, que estão as aspirações, os medos e as esperanças de um povo” (MORAES, 2009:30).

A partir daí, pode-se compreender mais facilmente as reportagens de O Globo analisadas neste trabalho. Moraes explica que, para por em prática a estratégia de legitimação da hegemonia, é possível algum grupo buscar neutralizar ou silenciar representações, identidades ou aspirações que compõem o imaginário, para impedir que expressões singulares desordenem a memória que se quer oficializar ou que contraditem as linhas do imaginário fixadas perante a comunidade. Esse mecanismo se dá pela interferência na imaginação, por meio, principalmente, da linguagem.

A linguagem é a realidade imediata do pensamento da necessidade de os homens se relacionarem. Em seus domínios é possível estabelecer e alterar significados de fatos, objetos e coisas. Sua base está nos signos e representações que circulam nos diversos discursos, inclusive o da mídia, o que significa dizer que se houver interferência nesses discursos, haverá interferência na linguagem.

A imprensa, em seu exercício, divulga e unifica concepções de mundo, homogeneizando os fatos e organizando orientações gerais para exercer influência na compreensão dos fatos sociais, interferindo na opinião pública e regulando a opinião social. Na análise das reportagens especiais de O Globo, o uso inflexionado do conceito de gentrificação – apesar da utilização de um glossário explicando seu significado – fica evidente ao observarmos o número de citações feitas relacionadas aos impactos de remoções originadas pela

gentrificação. Nas quatorze reportagens analisadas, nenhuma tem, em título ou subtítulo, a palavra remoção ou qualquer outra menção ao desalojamento de moradores das áreas em questão.

Se aplicarmos o que nos apresenta Dênis de Moraes, a imprensa é um dos aparelhos privados de hegemonia e tem a função de unificar e divulgar concepções de mundo, especialmente uma concepção dominante. Ela organiza e difunde determinada cultura a partir de orientações gerais para exercer influência na compreensão dos fatos sociais. Isso nos traz à tona o papel da imprensa como formador da opinião pública e suscita a discussão a respeito de seus usos e responsabilidades, como a inflexão de um conceito como gentrificação, sem dar voz a todos os atingidos por um processo tão significativo e profundo no espaço urbano.

As lentes do cotidiano

As lentes oferecidas pela imprensa, através das quais a sociedade costuma enxergar os fatos, são parte da construção do cotidiano. O conceito de cotidiano, além de ser uma construção histórica, está articulado diretamente com a mídia, numa relação que redefine a própria percepção do que é o cotidiano. Em outras palavras, é como um movimento cíclico, em que o cotidiano pauta a mídia, que altera o próprio cotidiano a partir do seu olhar recortado.

Dentro desse aspecto de cotidiano construído, Heller (1970) nos traz a importância da história e de não tratá-la como objeto externo a nós. Ela aponta que nossa forma de conhecer é, de certa maneira, externa, mas não é possível dissociar sociedade e história. História é relação social.

A significação da vida cotidiana, assim como seu conteúdo, é heterogênea e hierárquica, e ambas são naturalizadas. Assim, diversos aspectos da vida se organizam em termos de prioridades, de diferentes maneiras, de acordo com diferentes estruturas econômico-sociais. No processo de naturalização do significado do cotidiano, a mídia exerce importante papel. Ela pode, a partir da construção de sentidos feita pela sua narrativa, interferir nessa hierarquia, alterando a posição de determinado valor para o indivíduo e o grupo social do qual ele participa.

Corroborando com esse pensamento, John B. Thompson (2013) explica que as indústrias de mídia estão, no mundo moderno, entre as mais importantes instituições que invadem cotidianamente as vidas de muitos indivíduos. A construção de sentidos pela mídia dá a ela

um importante papel no controle do fluxo dos acontecimentos. “A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as informações para indivíduos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência” (THOMPSON, 2013: 156). Ou seja, sua preocupação vai além de simplesmente descrever o “mundo social que poderia continuar o mesmo sem ela” (ibid.:156). A partir desse raciocínio, a organização social promovida pela mídia traz impactos diretos no cotidiano da sociedade, criando novas formas de ação e interação social.

Para além das alterações no comportamento e na forma de relacionamento social, a mídia atua na própria significação da vida cotidiana uma vez que se propõe a determinar a interpretação de fatos por meio de signos que aparecem como a representação do real, como a verdade. Para Moraes, o discurso midiático “interfere preponderantemente na cartografia do mundo coletivo, propondo um conjunto de linhas argumentativas sobre a realidade, aceitas ou consideradas por amplos setores da sociedade” (2009:45).

Jornalismo e construção da realidade

Se dirigirmos o olhar especificamente para o jornalismo como uma das ferramentas de mídia, é importante destacar que a atividade jornalística opera com base em determinados princípios que singularizam e tornam mais específica sua prática. Um deles é a produção de conteúdo que ofereça, de maneira coletiva, formas específicas de vivenciar situações num tempo presente, a partir da reconstrução discursiva do mundo entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas.

Assim, o jornalismo é um recorte, ele próprio, uma combinação de observação, relato e produção de sentido, tanto do jornalista, quanto das fontes por ele questionadas, contribuindo para naturalizar e formatar sentidos e, em última análise, o próprio cotidiano. Melhor dizendo, “o padrão do fato ao qual se submete tudo o que acontece no mundo” (MOUILLAUD, 2012:50).

A principal matéria-prima do jornalismo é a notícia. Objeto de incontáveis definições, sem ao todo ter uma que seja absoluta, ela atua na construção da realidade, ou seja, do cotidiano. Assim, pode-se dizer que a atividade jornalística e os enunciados por ela produzidos não se limitam a reproduzir a realidade, mas intervêm na construção social da mesma e no modo como o cotidiano é percebido.

Numa visão estruturalista, a construção da realidade por parte dos media informativos é determinada por dispositivos institucionais e reproduz, ainda que com diversos graus de autonomia, os valores ideológicos dominantes: o jornalismo torna-se um dispositivo do processo de controlo social. (CORREIA, 2012:84)

Se seguirmos a reflexão exposta por Correia, é quase um lugar-comum que as notícias constroem ativamente a realidade, ao invés de refleti-la. E mais: em vez de espelhar a sociedade, elas “ajudam a defini-la como um fenómeno social partilhado” (ibid.:85).

Essa construção pode ser percebida, também, em outro aspecto da análise do especial de O Globo. Ao tomarmos como referência as reportagens a respeito dos exemplos de gentrificação em cidades estrangeiras, é fácil perceber, especialmente pelos títulos, a utilização de palavras que chamam a atenção sob o ponto de vista do consumo, da atratividade do leitor para o que o senso comum convencionou chamar de “positivo”. Termos como “moderno”, “luxo”, “reforma” são utilizados em três das cinco reportagens sobre cidades estrangeiras. Em duas delas, os subtítulos vão ainda além. Na primeira, sobre Madri, o subtítulo é “Área no centro madrilenho já foi considerada retrato da pobreza e decadência nos anos 1980”; já a segunda, sobre Istambul, traz escrito “Reforma urbana é concentrada no centro, onde moravam pessoas de baixa renda”. Ambas dão a entender que a revitalização trouxe um aspecto de “progresso” e “revitalização”, sem sequer citar conflitos e impactos sociais ocorridos nessas localidades.

No caso de Nova York, título e subtítulo são, de certa maneira, neutros ao citarem apenas “intensa mudança” e “Harlem, Brooklin e Queens vivem rápidas transformações”. Pode-se entender melhor a questão ao ler a reportagem, que explicita um processo de embranquecimento desses locais, mas sem entrar na discussão de como esse fenómeno se deu. No caso de Paris, outra cidade estrangeira citada, o título descreve que “Um novo tipo social altera perfil da Cidade Luz”, apesar de, rapidamente no corpo do texto, citar que “a gentrificação na cidade tem excluído classes mais populares”.

A partir da crítica de Wacquant aos pesquisadores de gentrificação e à maneira como suas pesquisas têm sido conduzidas, é possível compreender a utilização do conceito de gentrificação de forma inflexionada pela imprensa, associado a aspectos positivos das transformações que opera. Afinal, se os próprios cientistas sociais passaram a destacar possíveis ganhos com a gentrificação, não seria a imprensa a desdizer ou até mesmo a olhar por outra ótica para o assunto.

É importante atentar para o fato que “antes mesmo de chegar à imprensa, o assunto já tenha sido trabalhado noutros discursos de acordo com outras perspectivas, inquietações e critérios” (CORREIA, 2012: 86). Isso pode se referir tanto ao discurso acadêmico, que Wacquant toma como objeto, quanto, no caso ora analisado, aos discursos do governo e, possivelmente, das empreiteiras, diretamente interessadas nos processos normalmente identificados como de gentrificação. Ou seja, a condução do discurso já fora institucionalmente enquadrada e “vendida”, como podemos observar, sob o viés do “progresso” e da “modernização”.

Considerações finais

Ao analisar as reportagens que trazem a palavra “gentrificação”, observamos que há um deslocamento do significado do conceito, inflexionando-o, a exemplo do que fizeram os incorporadores imobiliários no anúncio publicado em 1985, no *New York Times*, para algo positivo e próspero.

Não cabe nesse texto uma discussão a respeito do termo gentrificação em si, mas de seus usos feitos pelo jornalismo e, mais especificamente, pelas reportagens analisadas. Por essa razão, despertam atenção os silenciamentos praticados pela mídia, ou seja, aquilo que não se diz. Em extenso espaço editorial, O Globo dedicou atenção, inclusive, à comparação com realidades semelhantes em outros países, citando exemplos de Londres, Nova York e Istambul. No entanto, não é alvo de destaque, em nenhuma parte do especial, um olhar dedicado às remoções⁵, às histórias de comunidades inteiras despejadas de seus locais de moradia. Pelo contrário, não foi concedido espaço editorial para ouvir outros atores sociais impactados diretamente pelas mudanças do espaço urbano.

De acordo com a análise realizada neste artigo, o caráter hegemônico dos meios de comunicação de massa, em especial dos jornais, permanece imutável. Assim como sua capacidade de direcionar o olhar aos interesses dominantes parece evidente. Desta forma, apesar de se aplicar aos cientistas sociais, cabe nessa conclusão o que Wacquant expõe como síntese de seu pensamento em relação à pesquisa em gentrificação. Isso porque, explica o autor, a pesquisa urbana é orientada, principalmente, pelas prioridades dos gestores de Estado e pelas preocupações da mídia dominante.

⁵ O Comitê Popular da Copa e das Olimpíadas estima que cerca de 20 mil famílias tenham sido obrigadas a abandonar suas casas, apenas no Rio de Janeiro, desde 2009, para dar lugar aos projetos esportivos ligados à Copa e às Olimpíadas (2013).

Quando pesquisadores da gentrificação ignoram as tribulações de residentes de classe operária deslocados por alugueis cada vez mais caros, opções residenciais minguanter e políticas de Estado que apoiam o desenvolvimento empresarial e o assentamento da classe média, eles estão seguindo o modelo geral de cegueira de classe dos pesquisadores urbanos, exatamente quando as desigualdades de classe se agudizam diante dos seus olhos. (WACQUANT, 2010:53)

Bibliografia

CORREIA, João Carlos. A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada in *Pesquisa em media e jornalismo* – homenagem a Nelson Traquina. Portugal: Livros Labcom, 2012.

ESPECIAL CIDADE EM TRANSE. O Globo. Rio de Janeiro, 27/10/2013. p. 18-23.

_____. O Globo. Rio de Janeiro, 28/10/2013. p. 8-12.

_____. O Globo. Rio de Janeiro, 29/10/2013. p. 9-12.

_____. O Globo. Rio de Janeiro, 30/10/2013. p. 11-12.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1970.

HERCOVITZ, Heloiza G. Análise de conteúdo em jornalismo in *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

MORAES, Dênis de. *A batalha da mídia*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

SCOFIELD Jr., Gilberto. *Panorama Carioca*. O Globo. Rio de Janeiro, 26/10/2013, p.17.

SMITH, Neil. *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. Taylor & Francis e-Library, 2005.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

WAICQUANT, Loïc. Ressituando a gentrificação: a classe popular, a ciência e o Estado na pesquisa urbana recente in *Caderno CRH*, v. 23, n. 58. Salvador. Jan/Abr 2010.

_____. *Punishing the poor: the neoliberal government of social insecurity*. Durham e Londres: Duke University Press, 2009.