

O medo, a mídia e a violência urbana – *A pedagogia política da segurança pública no Paraná*

Dinaldo Almendra

Dinaldo Almendra é doutorando em Sociologia pelo IESP-UERJ. Professor do Departamento de Comunicação Social da Unicentro-PR, pesquisador do Coletivo de Estudos sobre Violência e Sociabilidade (Cevis/Iesp-UERJ) e do Centro de Estudos em Segurança Pública e Direitos Humanos da UFPR.

✎ Universidade Estadual do Rio de Janeiro - Rio de Janeiro - RJ - Brasil

Pedro Rodolfo Bodê de Moraes

Pedro Rodolfo Bodê de Moraes é professor adjunto do Departamento de Ciências Sociais da UFPR, coordenador do Centro de Estudos em Segurança Pública e Direitos Humanos da UFPR

✎ Universidade Federal do Paraná - Curitiba- PR -Brasil

Resumo

O artigo faz uma análise da campanha Paz sem voz é medo, do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), tal como ela elabora a questão da segurança enquanto um problema público, ao mesmo tempo e medida em que efetua a construção simbólica do acontecimento “violência urbana” como uma visão social do mundo. A adesão midiática à agenda oficial opera no espaço público uma pedagogia política da segurança pública, ação orientada pelo medo e pela policialização dos conflitos sociais.

Palavras-chave

Paraná, Medo, Mídia, Violência Urbana, Segurança Pública, Policialização das Políticas Sociais.

Medo ou paz?

Tendo por lema a frase de uma música do grupo *O Rappa*,¹ em julho de 2011, o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM) lançou, por meio dos seus diversos veículos,² a campanha intitulada *Paz sem voz é medo*, cujo objetivo seria,

(...) engajar a sociedade e o Poder Público para, juntos, encontrarem formas de reduzir os índices de violência no Paraná. Para que se consiga esta mobilização, o GRPCOM entende que há uma responsabilidade conjunta do governo, da sociedade civil organizada, dos veículos de comunicação e da população em geral. A campanha não está em busca de um único responsável pela atual situação. A proposta é unir forças para alcançar bons resultados.³

Em janeiro de 2012, a campanha entrou na sua segunda fase. Segundo explicam os responsáveis:

A partir de agora a campanha passa a se chamar *Paz Tem Voz*, com a proposta de mostrar à população que a sua voz faz a diferença na luta pela paz. Esta evolução é o reflexo do trabalho construído durante a primeira fase. (...) nesta segunda fase, a campanha pretende estimular o exercício da cidadania e mostrar que os paranaenses podem ser mais participativos na construção de uma sociedade de paz. Ações de incentivo à convivência, à gentileza e ao relacionamento em comunidade serão valorizadas nesta etapa.⁴

A referida campanha constitui um esforço para definir e pautar a temática da *violência* entendida como o termo com o qual nomeamos o conjunto de nossos medos e a sensação de insegurança deles derivadas. Como fica claro ao analisarmos as matérias publicadas, as questões relacionam-se à segurança pública, sendo elencada, entre as *violências*, uma ampla e diversificada categoria de crimes ou de fatos, desde mortes no trânsito, até *bullying* nas escolas, passando, com o devido destaque, pelo tráfico de drogas e os homicídios (os quais com frequência, e não somente no caso paranaense, são tomados em uma relação de causa e efeito).⁵ Também fazem parte do conteúdo programático da campanha manuais, cartilhas e gibis didáticos, que explicam ao grande público o que é a violência e fornecem dicas sobre como ter “*mais segurança*” em situações nas ruas, em casa, nos bairros, nas escolas, etc.⁶

Trata-se de uma construção midiática comprometida com uma *ação coletiva*, cuja meta é reformar a cidade e restituir a ordem pública. O objetivo da campanha é “fazer com que as pessoas tenham voz para denunciar a violência”, isto é, comunicar ao jornal e às autoridades os crimes que testemunharam ou foram vítimas — “Todo roubo ou violência deve ser denunciado. Nós queremos um Paraná sem violência. Não seja vítima, tenha atitude. Paz sem voz é medo”, diz um dos vídeos publicitários. “Quando a violência está nas ruas, quem

vive preso é você”, argumenta o narrador de outro vídeo publicitário, que apresenta, em atmosfera lúgubre e dramática, um homem marcando riscos na parede da sua sala de estar, uma sala típica de classe média, tal como um presidiário o faria na parede da sua cela, a contabilizar o tempo de encarceramento.⁷

A contraposição entre o medo e a paz indicando que um é a negação do outro pode ser encontrada na literatura que trata do que vem sendo chamada de *cultura do medo*, que, por sua vez, aparece em oposição a uma *cultura da paz*, ou, dito de outra forma, da ideia que sem segurança é impossível chegar a um *estado de bem-estar*. Concordamos com esta formulação, mas, por vezes, paz é confundida com a ausência de conflito e assim algumas ações tendem a mascarar ou mesmo negar a existência do conflito.

Tal compreensão e interpretação é um elemento presente em muitas reportagens da campanha. Cabe uma discussão a mais sobre a mídia e as características das reportagens. Por motivos econômicos e políticos, as mídias concorrem entre si, ora se aproximando ora se afastando segundo o momento político. O mesmo movimento acontece no interior de um jornal, ou seja, uma matéria, ainda que passando pela censura do editor e do próprio jornalista, que tem limites na extrapolação da *linha editorial* do jornal, pode ser diferente, e por vezes muito diferente uma das outras. Isso explicaria uma oscilação no teor e forma de abordar determinado tema. Com esta afirmação, pretende-se dizer que não consideramos que os mídias sejam *planos* e não sejam eles mesmos um campo de lutas, tal como se verifica com as diferentes apropriações políticas do mundo do crime e da violência por diferentes setores

da mídia (ALMENDRA, 2011). Afinal, de acordo com Lima (2006)

O capital simbólico se transformou no bem mais precioso que um político pode ter e a mídia passa a ser a arena privilegiada onde são criadas, sustentadas ou destruídas as relações do campo político. Essa nova situação provoca conseqüências imediatas tanto para quem deseja ser político profissional quanto para a prática da política. Isso porque: (a) os atores políticos têm que disputar visibilidade na mídia; e (b) os diferentes campos políticos têm que disputar visibilidade favorável de seu ponto de vista.

Retomando a noção de *cultura do medo*, há pelo menos dois trabalhos que são referenciais, de B. Glasner (2003) e J. Delumeau (1993). O primeiro trata-se de um estudo sociológico sobre os medos contemporâneos, particularmente nos EUA. O segundo é um exaustivo estudo, uma história do medo no ocidente cobrindo um período de cinco séculos. O que os dois autores têm em comum é que, com muita frequência, podemos ter motivos para ter preocupações com determinadas práticas (como o crime) e calamidades, mas, como coloca Glasner (2003), “A questão é: como nos atrapalhamos tanto sobre a verdadeira natureza e extensão dos problemas que nos afligem”. Como ele mesmo explica: “A resposta sucinta a por que os americanos cultivam tantos medos ilegítimos é a seguinte: muito poder e dinheiro estão à espera daqueles que penetram em nossas inseguranças emocionais e nos fornecem substitutos simbólicos”.

Dito de outra maneira, a manipulação dos nossos medos é um forte elemento de controle social, que é permeado por interesses econô-

micos, gente e grupos econômicos que vendem soluções, sistemas de segurança ou armas. Como ressalta Bauman (2006)

No medo, a indústria do consumo encontrou a mina de ouro sem e auto-renovável que há muito procurava. Para a indústria do consumo, o medo é, plena e verdadeiramente um 'recurso renovável'. O medo se tornou o moto perpétuo do mercado de consumo – e, portanto da economia atual.

Para Glasner, o papel da mídia é muito importante, todavia, o autor considera que se é verdade que a mídia propaga, quando não inventa, os medos, ela também não é a única responsável pelo processo e por vezes só reflete uma percepção social mais ampla. Afinal, em seu cotidiano de trabalho e de consumo, os cidadãos têm sua vida social perpassada, ininterruptamente, pelas vivências passadas ou presumidas de violências: em resumo, pelas situações de crime experimentadas ou testemunhadas, pelas histórias contadas por familiares, amigos e vizinhos e, ao mesmo tempo, pelas concepções de senso comum sobre a violência adquiridas na esfera pública midiaticizada. Essas concepções são retroalimentadas não apenas pelas mídias, mas, igualmente, pela percepção social da violência urbana construída coletivamente e que também pauta os profissionais de comunicação.

A obra de Delumeau corrobora a discussão feita por Glasner. Analisando um largo período de tempo, o autor detecta alguns medos recorrentes e os sintetiza como o medo do Outro: estrangeiros, migrantes, supostos criminosos, bruxas, etc. Como uma resposta à ansiedade produzida por crises sociais, entra em ação

um processo de culpabilização daqueles que, não fazendo parte do corpo social normal, se constituem em ameaça e origem do mal que se teme. Nesse diapasão, um dos vídeos publicitários da campanha é exemplar. Ele apresenta uma situação de diálogo entre duas mulheres. Uma delas relata, em tom de desânimo, o fato de ter sido mais uma vez vitimada pela criminalidade. O telefone toca, a conversa acontece e, por fim, o nexó lógico da circunstância vivida, isto é, o enquadramento do problema da violência urbana, é dado pelo narrador, a voz institucional da campanha. A personagem principal desse anúncio, o Outro urbano, agente da insegurança e da incerteza nas rotinas, manifesta-se como presença ausente, e, assim, o conflito social é recalcado, eclipsado do debate, operando-se um enquadramento individualista e privado de um problema público:

- Oi, Amiga!
- Oi, tudo bem?
- Tudo. Quer dizer, mais ou menos...
- O que foi?
- Advinha?
- Conta!
- Fui assaltada
- De novo?

Você sempre comunica a violência para alguém. Conte também para as autoridades. Todo roubo ou assalto deve ser denunciado. Nós queremos um Paraná sem violência. Não seja vítima. Tenha atitude. Paz sem voz é medo.

Estatísticas, mapas mentais e a racionalização do medo urbano

Antes de continuar a exposição sobre o tema objeto deste artigo, é necessário um pequeno parêntesis sobre os usos sociais da estatística, uma vez que esta *técnica* é motivo de

muitos debates acadêmicos que envolvem basicamente a qualidade e alcance analítico dos dados produzidos estatisticamente. Dito de outra maneira, a utilização das estatísticas e de outras técnicas faz parte da luta pelo *monopólio da nomeação legítima* uma vez que,

O conhecimento do mundo social e, mais precisamente, as categorias que o tornam possível, são o que esta, por excelência, em jogo na luta política, luta ao mesmo tempo teórica e prática pelo poder de conservar ou de transformar o mundo social conservando ou transformando as categorias de percepção desse mundo. (BOURDIEU, 1989b).

Se não existe qualquer dúvida sobre a importância e eficácia estatística como técnica de objetivação, também não resta dúvida quanto aos usos exagerados, *freaklógicos*⁸ e oraculares. Como destaca Benson (1995), temos “necessidade de exatidão” em função de que “a aritmética tornou-se o modo geral do pensamento”. Aliás, esta é uma demanda midiática que se articula perfeitamente no interior de uma “sociologia aplicada aos problemas sociais” (BEATO, 2012), particularmente na sociologia aplicada à segurança pública. Todavia, como lembra Wright Mills (1982), “A precisão não é o único critério de escolha do método, e não deve ser confundida, como ocorre com frequência com o **empírico** ou o **verdadeiro**”.

A utilização de estatísticas elaboradas por sociólogos e outros pesquisadores aplicadas à segurança pública tem sido alvo de reiteradas críticas, desde aquelas feitas por Sutherland ainda na década de 1930 nos EUA. Naquela ocasião, Sutherland criticou os sociólogos que,

tomando os dados oficiais que deixavam de fora os crimes cometidos pelos ricos, tinham um dado *corrompido* desde seu início (Sutherland, 1949 e 2009). Como explica Becker (2007):

O raciocínio impecável de Sutherland era que, se decidíamos não incluir os crimes cometidos por pessoas ricas e empresas ao calcular nossas correlações, assegurávamos o resultado de que o crime estava correlacionado a pobreza e tudo que a acompanha. [...] Não tínhamos um achado empírico, mas um artefato criado por definição.

Esse problema é retomado por Coelho em seu texto seminal *A criminalização da marginalidade e a marginalização da criminalidade*, de 1978. Neste texto o autor observa que o

alto teor de contaminação das estatísticas oficiais tão somente refletem que as pessoas de classe mais baixa não possuem as imunidades institucionais que protegem as de classe média e alta e, por isso, tem maiores probabilidades de serem detectadas pela polícia, detidas, processadas e condenadas.

O problema certamente perdura até hoje, ainda que não seja, de maneira geral, reconhecido ou problematizado de forma mais intensa por autores e pesquisadores que fazem uso intensivo das estatísticas criminais, que se tornaram um dos componentes mais importantes destas análises. Aqui retoma-se Wright Mills (1982) em sua crítica ao *empirismo abstrato*:

A *teoria social* como um todo torna-se uma coleção sistemática desses conceitos, ou seja, de variáveis úteis nos achados estatísticos.(...) os conceitos operativos de *teoria e dados empíricos* são apresentados com simplicidade: *teo-*

ria torna-se as variáveis úteis na interpretação das verificações estatísticas; *dados empíricos* (...) limitam-se aos fatos e relações estatísticas determinados que são numerosos, repetíveis e mensuráveis.

Mas ainda resta um problema sobressalente. Ao examinarmos os dados estatísticos produzidos pelo Estado ou pelos pesquisadores com base em fontes oficiais, segundo os próprios pesquisadores o que encontramos são dados “incompletos”; não configuram “séries [estatísticas] temporais coletadas de forma sistemática e contínua”; existem “diversos e inúmeros problemas de validade e confiabilidade de fontes oficiais” (cf., por ex. BEATO, 2012). Com frequência ouvimos de pesquisadores quando indagados sobre a qualidade dos dados que “estes são os disponíveis, são os que existem, então temos que trabalhar com eles”. Isso só amplifica o problema, pois estamos diante da utilização de uma técnica cujo dado dela resultante deveria ser *exato* ou *preciso*, mas sequer esta condição se realiza.⁹ Então, por que o uso das estatísticas tem sido cada vez mais acionado e legitimado interpretações sobre a realidade social? A explicação de Wright Mills, pelo menos para o cenário de sua época, envolvia uma nova relação no interior das pesquisas sociológicas entre intelectuais, cientistas e burocratas e as fontes de financiamento das pesquisas. Ele acreditava que “a técnica do empirismo abstrato e seu uso burocrático já se uniram regularmente, e assim unidos estão promovendo o desenvolvimento de uma ciência social burocrática” (MILLS, 1982). Intensificando sua crítica, o autor afirma que, para dar conta daquela demanda, surgiu um tipo de “intelectual administrativo [...] que

abandonaram a francamente o trabalho das Ciências Sociais em troca de atividades promocionais” (MILLS, 1982). Este intelectual, pesquisador, sociólogo

[...] tem clientes específicos, com interesses particularidades e perplexidade próprias. Essa transferência do público para o cliente¹⁰ solapa claramente a idéia de objetividade como produto da isenção [...]. O que esta em causa é evidente: se a ciência social não for autônoma não poderá ser um empreendimento responsável perante o público (MILLS, 1982).

Estendeu-se, aqui, a explicação de Wright Mills para que ficasse mais completa a sua argumentação feita, repetimos, para a realidade americana na década de 1950. Não temos elementos para afirmar se tal quadro é aplicável em qualquer medida para a realidade brasileira, mas certamente podemos considerar que temos na mídia um dos grandes demandantes de explicações e diagnósticos para inúmeros problemas sociais, entre estes, e com certo destaque, as questões relativas ao crime, a criminalidade e temas afins. A mídia tem uma enorme voracidade por dados estatísticos exatamente porque eles simplificam, tornando, supostamente, mais *precisas* as explicações deles derivados. Entre as demandas feitas a nós por diferentes mídias, destaca-se a análise ou comentário sobre pesquisas quantitativas, com predileção pelas famosas sondagens ou *pesquisas* de opinião pública;¹¹ aquelas mesmas que P. Bourdieu demonstrou que não existem, pois, antes de tudo, acabam por *criar* a opinião.

Para concluir este parêntesis, aponta-se uma última questão. Seria muito interessante

colocar a discussão feita anteriormente em diálogo com a perspectiva foucaultiana que afirma que a estatística é o “instrumento comum ao equilíbrio europeu e à organização da polícia, [assim] estatística se torna necessária por causa da polícia, mas também se torna possível por causa da polícia”, mas isto ocorre porque antes de tudo “A estatística é o saber do Estado, sobre o estado, mas também saber dos outros Estados” (FOUCAULT, 2008).

Voltando de forma mais direta ao nosso tema, à luz do que foi dito anteriormente, os medos contemporâneos, mais precisamente os medos urbanos, uma vez *racionalizados estatisticamente* por meio de pesquisas demandadas pela mídia, apresentam ao grande público uma espécie de cartografia cognitiva das expectativas de crime e violência. A campanha iniciada articulada ao levantamento realizado pelo Instituto Paraná Pesquisa, parceiro do GRP-COM, que buscou aferir a percepção da violência urbana e a sensação de medo dos paranaenses.¹² Trata-se de uma pesquisa que discrimina aquilo que os paranaenses mais temeriam em circulação pela cidade, sendo apresentadas fontes de medo elencadas de acordo com os locais e as circunstâncias de rotina tidas como as mais *arriscadas*, os tipos de *crimes* que mais receiam serem vítimas e, também, as *situações* mais preocupantes (Anexo I).

Esses dados estatísticos inauguraram a campanha midiática *Paz sem voz é medo* enredados nas inúmeras narrativas sobre situações e expectativas (reais ou virtuais) de crime e violência experimentadas rotineiramente pelo “*cidadão de bem*”, e que servem ao discurso informativo, alimentando-o com relatos pessoais da ordem da

constatação, do testemunho e da reconstituição dos fatos da criminalidade violenta. Esse discurso informativo qualifica e reitera a sensação coletiva de medo e insegurança, articulando-se ao discurso científico de viés estatístico, que quantifica o temor e discrimina situações de ameaça em infográficos jornalísticos esquematizados didaticamente — os graus de segurança com que se pode esperar a insegurança. Com efeito, são cartografias da desordem, legibilidade do espaço de interações sociais de rotina por meio do controle pelo medo.

Nesse escopo, ganham visibilidade, por exemplo, dispositivos interativos como o *Mapa do Crime* que, através do *Google Maps*, permite aos internautas “cadastrarem crimes”, isto é, assinalar no mapa da sua cidade os locais (ruas, bairros, etc.) onde vivenciaram, testemunharam ou tomaram conhecimento de “*situações de agressão, homicídio, furto, roubo e tráfico de drogas*”. Essas informações, inseridas no sistema *online* pelo público, alimentam infográficos probabilísticos com os *rankings* das cidades mais violentas, dos crimes cometidos por categoria e dos tipos de crime cometidos por cidade, dados que se somam às estatísticas oficiais fornecidas pela Secretaria Estadual de Segurança Pública do Paraná (SESP-PR) sobre o perfil dos homicídios em Curitiba (tais como homicídios por mês, arma de fogo ou branca, motivo, sexo e idade das vítimas). Para o GRPCOM, ao permitir o cadastro de crimes dos quais o internauta foi vítima, o aplicativo é “uma ferramenta para dar mais voz à população do Paraná”.

Além do *Mapa do Crime*, destaca-se, igualmente, o projeto *Blog das Vilas*, espaço de co-

municação do *site* focado em duas favelas, Bolsão Sabará e Vila Verde, ambas localizadas na Cidade Industrial de Curitiba (CIC). O *blog* divulga notícias sobre segurança, educação e saúde nessas localidades, ao mesmo tempo em que informa os seus moradores sobre serviços (como tirar documentos ou fazer currículo, por exemplo), oportunidades de cursos e empregos, projetos sociais e atividades culturais. Diz-se que “serão retratados os problemas. Porém, não serão ignoradas as coisas boas”, e a rotina de vida dessas duas favelas é colocada, discursivamente, “sob a perspectiva de que segurança se faz com policiamento e também com melhorias sociais”. Os jornalistas produzem notícias sobre o Bolsão Sabará e a Vila Verde, e efetuam a cobertura dos projetos desenvolvidos pela própria campanha do GRPCOM nas duas localidades, além de abrirem espaço para que os moradores façam suas denúncias à equipe de jornalismo da campanha, imbuída de apurá-las.

Violência urbana e segurança pública

A campanha *Paz tem voz*, como no seu primeiro formato, opera a partir da integração de diferentes plataformas de mídia. Seu epicentro é um *site* alimentado diariamente com notícias, fotos, vídeos, *blogs*, infográficos e conteúdos interativos sobre a *violência urbana* e as políticas implementadas pela Secretaria Estadual de Segurança Pública do Estado do Paraná (Sesp-PR). Tudo se articula em torno do “*discurso de informação*” (CHARAUDEAU, 2006) sobre esse tópico público que é a relação entre a *violência urbana* e a *segurança pública*, discurso orientado, fundamentalmente, para informar o *cidadão comum* paranaense, em sua vida particular, sobre a organização da

vida social regida pelos sentimentos de medo associados aos de insegurança, além de ensiná-lo como agir e proceder nas suas rotinas, hoje reconhecidas como ameaçadas. Conforme destaca Machado da Silva (2008),

violência urbana é uma representação coletiva, uma categoria do entendimento de senso comum que consolida e confere sentido à experiência vivida nas cidades, bem como orienta instrumental e moralmente os cursos de ação que os moradores – como indivíduos isolados ou em ações coletivas – consideram mais convenientes nas diversas situações em que atuam.

Ou nos termos sugeridos por Bourdieu (1982) constituindo-se como um *esquema de pensamento* que “organizam o real orientando e organizando o pensamento do real, fazendo com que aquilo que pensa seja pensável para ele como tal e na forma particular pela qual é pensado”.

Aquele discurso informativo ocupa uma posição central e encontra-se aliado a três aspectos: em primeiro lugar, a um *discurso propagandista*, com anúncios publicitários veiculados sistematicamente; em segundo lugar, a um *discurso científico*, que preza por um programa de demonstração racional e especializada, principalmente de caráter estatístico, das provas dos sentimentos de medo e insegurança, quantificados a partir de um leque de situações de vulnerabilidade da integridade física e patrimonial vivenciadas por indivíduos, isto é, probabilidades de ameaças associadas às rotinas da vida privada; e, em terceiro lugar, a um *discurso didático*, caracterizado por promover explicações de senso comum sobre o que é a

violência e, concomitantemente, sobre o que se espera de uma política de segurança pública, uma didática inscrita no mais amplo quadro de inteligibilidade, haja vista a necessidade de explicação dos fatos violentos, bem como das políticas de segurança, a um público muito diverso e não especializado, configurando um processo de *vulgarização* que passa por categorias de senso comum e esquemas de raciocínio causais muitas vezes fáceis e ágeis (CHARAUDEAU, 2006).

Essas práticas discursivas, articuladas na esfera da “*comunicação midiática*” – entendida, fundamentalmente, enquanto fenômeno social –, promovem uma *pedagogia político-moral* no espaço público, conferindo sustentação às práticas de segurança pública paranaense, cujo suporte institucional midiático jamais perde de vista que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2002). Assim, essa pedagogia política é expressão de um conjunto de iniciativas de apoderamento do modo de construção pública do problema *crime-violência*. Trata-se da distribuição institucional de práticas do discurso informativo e de práticas policiais que convergem e instauram uma interface civil-policial como instância simbólica de controle da mediação democrática entre as elites (e, a reboque delas, as classes médias) e os pobres urbanos favelados, alvos concretos dessa pedagogia estigmatizante, método para “explicar a sua inferioridade e dar conta do perigo que ela representa, racionalizando algumas vezes uma animosidade baseada em outras diferenças, tais como classe social” (GOFFMAN, 1980).

Em sua *performance*, a campanha *Paz tem voz* apela para a questão da segurança enquanto um problema público, ao mesmo tempo e medida em que efetua a construção do acontecimento “*violência urbana*” como uma visão social do mundo, isto é, como representação social. A ênfase recai, portanto, na *lógica simbólica*, pois nela repousa a vocação original das mídias para participarem da deliberação social em nome da democracia e, assim, pautarem o espaço público e propagandearem os grandes temas da agenda política, disputando-os em consonância com a organização e os interesses dos grupos de influência, as elites – das quais as mídias são parte integrante e constituinte. Assim, a campanha *Paz tem voz* opera a articulação entre três esferas distintas, porém interdependentes e constitutivas da sociedade democrática: a política, a sociedade civil e a mídia, cujas interseções configuram arenas de *lutas simbólicas*. Nesse escopo, não é à toa que a campanha foi lançada a partir de um *manifesto* amplamente difundido por meio de anúncios publicitários, conclamando a sociedade, a imprensa e as autoridades a coordenarem as ações contra o crime e a violência em prol da construção de uma “*cultura da paz*”. Diz o manifesto:

Vivemos um momento delicado. As estatísticas mostram uma sociedade diferente daquela que sonhamos. Todos os dias somos impactados pela agressividade no trânsito, pelo avanço das drogas, homicídios e tantas outras formas de violência que não deveríamos aceitar. Diante disso, o GRPCOM, por meio de seus veículos, lança uma campanha e convida todos os paranaenses para uma reflexão sobre o tema. Este é o momento de nos unirmos – sociedade, imprensa, autoridades

– para entender nosso papel na mudança deste cenário e na construção de uma cultura de paz. E nesta iniciativa pela paz, a sua voz vai poder fazer toda a diferença. Porque paz sem voz é medo.¹³

Sobremaneira, o manifesto da campanha *Paz tem voz* oferece ao público uma trama geral de um problema concreto, a “*violência urbana*”, bem como uma solução, isto é, uma política de “*segurança pública*” que sem dúvida responde diretamente ao modo de construção do problema no espaço público midiático, cuja principal característica é o eclipse da questão da desigualdade social pela da segurança das rotinas da vida privada. Desse ponto de vista, o manifesto da campanha *Paz tem voz* maneja, organicamente, os repertórios da violência urbana, compreendida, aqui, como *representação social* (MACHADO DA SILVA, 2008), categoria do entendimento do senso comum cujo “núcleo duro de sentido” concentra o foco da atenção coletiva estritamente nas “ameaças à integridade físico-pessoal e ao patrimônio material”.

O manifesto apresenta-se como um “ato de insubmissão” à violência urbana, e, assim sendo, ao menos em tese, a campanha reveste-se da aura de um movimento com a capacidade de se autojustificar, pois a sua voz seria a *Voz* de todos. Isso porque busca amparo nos valores que as próprias mídias dizem defender e praticar, aqueles dos quais elas se insinuam como porta-vozes, a partir do momento em que firmam com o espaço público e, igualmente, com os seus cidadãos, um “contrato de informação midiático” selado e afiançado sob os auspícios da “credibilidade”. Esses valores são, de um lado, os de uma missão

que as mídias se autoatribuem originalmente desde a modernidade, e que lhes confere legitimidade de *mediação*, isto é, uma vez instituídas socialmente, cabe a elas, e apenas a elas, dar visibilidade à vida política, entendida como atividade pública referente à “coisa pública” estatal, haja vista as mídias deterem, atualmente, o poder de definir aquilo que é público – ou melhor, publicizável – nas sociedades democráticas (LIMA, 2006). Do outro lado, englobando e concretizando essa missão midiática, estão os valores superiores tanto da igualdade quanto da solidariedade democrática, o que leva as mídias a considerarem que lhes cabe, como que por direito e dever, falar pelo povo, quer dizer, falar em nome do poder soberano, como se fossem a sua *voz*, quando, certamente, são exclusivamente a voz dos proprietários e dos diretores dessas empresas de comunicação.

As Unidades Paraná Seguro (UPS) ou a policialização do problema social

O processo anteriormente descrito parece que tem resposta política e midiática do governo, que culmina nas Unidades Paraná Seguro (UPS).¹⁴ É assim que as várias faces discursivas da campanha se conectam difusamente ao imaginário do igualitarismo, articulando-o, de um lado, ao tema da segurança e, de outro, ao tema da prevenção. O resultado é a policialização do problema social. E como se trata de uma polícia militarizada, observamos a militarização do cotidiano¹⁵ (BODÊ DE MORAES, 2008).

Primeiro, os apelos são mobilizados no sentido de que o cidadão paranaense tem direito a uma proteção que cuide da sua vida e do seu patrimônio. Então, para que isso aconteça, a

lei deve ser aplicada e a polícia deve usar toda a sua força, isto é, que se dê aos dispositivos da segurança pública toda a capacidade para o exercício do seu poder repressivo, focando-se estritamente na relação sanção-impunidade como modo privilegiado de inibição de todas as fontes de medos. Depois, uma vez que a sanção se apresenta como possibilidade de dissuasão, mescla-se à dimensão da segurança a da prevenção. Ao discurso da eficiência técnica policial que justifica a intensificação das estratégias militarizadas de controle social, adere-se o discurso de que, uma vez apresentada a estratégica de dissuasão bélica do crime – isto é, a repressão aumentaria os custos de oportunidade do crime com a sua provável punição –, é preciso oferecer propostas e ações preventivas capazes de melhorar as condições de vida dos criminosos potenciais, os pobres. As políticas sociais, policializadas, traduzem-se em segregação (BODÊ DE MORAIS, 2008).

Justifica-se e se almeja conquistar, com amplo apoio midiático, o engajamento do cidadão em uma ação que desloca o senso solidário, caudatário do imaginário do igualitarismo democrático, e abre espaço para uma vontade coletiva ou dever de intervenção policial-social nos territórios de pobreza: as UPS.

Por um lado, a campanha, atualizada no registro da violência urbana enquanto representação, repercute o seu núcleo duro de sentido, a saber, as ameaças à integridade física e patrimonial, aquilo que o público da campanha deve denunciar à imprensa. Por outro lado, como a paz é confundida com ausência de conflito, estes últimos conservam-se dentro dos limites, porém, nas margens do discurso, e não interferem na agenda oficial. O mito das “classes perigosas” é reatualizado (GUIMARÃES, 2008; MACHADO DA SILVA, 2008), imputando aos pobres urbanos, em especial à sua juventude, as dores e as causas do aumento vertiginoso do crime e da violência. O medo paralisa a política, instala-se como mediador social entre as classes altas e médias e os moradores das favelas que são alvo da UPS, territorializando, nessas localidades, os *nexos discursivos* que associam mecanicamente a pobreza, a cor e a criminalidade. Fundam práticas de *identificação social* que, como diz Birman (2008), ensinam “políticas territoriais específicas como forma de controle de seus comportamentos e do seu acesso à cidade”. Com efeito, por meio dessas identificações sociais, a mídia adere a uma agenda oficial do Estado, cabendo destacar, neste ponto, o seu desempenho nas arenas públicas, e não os seus efeitos sobre o público impactado.

1. A música é a *Minha Alma*, também conhecida como *A paz que eu não quero*, composta por Marcelo Yuka. A música fez muito sucesso quando foi lançada em 1999, tendo sido uma das mais populares da banda (cf. <<http://www.vagalume.com.br/o-rappa/popularidade/>>. Acesso em 06 jun. 2012). O compositor e também ex-baterista da banda foi baleado em um assalto em 2000 e ficou paraplégico, desde então tem feito palestras onde “propaga soluções humanizantes para o grave problema da violência no país”, como explica em seu site (cf. <<http://www.marceloyuka.com.br/>>. Acesso em 06 jun. 2012). Em 2010, filiou-se ao Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e agora, em 2012, foi indicado ao cargo de vice-prefeito na chapa encabeçada pelo deputado estadual Marcelo Freixo para concorrer à Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro. Vale lembrar que a mesma ideia “Paz sem voz é medo”, mobilizada nas favelas cariocas, diz respeito ao silenciamento dos moradores das favelas pelas ameaças da polícia violenta e dos bandidos, bem como pelo desinteresse das classes altas e médias pelas suas condições de vida, fatores que deslegitimam a voz dos pobres no espaço público e fazem com que a ação coletiva promovida por eles seja instável, pois sempre minada pela ameaça da violência e pelos estigmas sociais que sofrem.

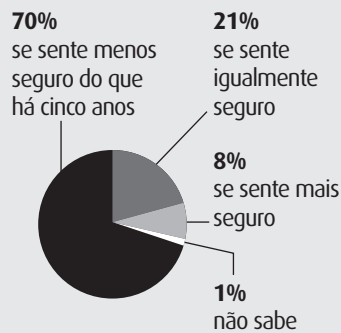
2. O GRPCOM é composto pela Gazeta do Povo, RPC TV (afiliada da Rede Globo no Paraná), Rádio 98 FM, Jornal de Londrina, Gazeta Maringá, Rádio Mundo Livre FM e ÔTV. O referido grupo detém os maiores índices de audiência de televisão e a Gazeta do Povo é um dos jornais mais vendidos no Estado.
3. Cf. <<http://www.gazetadopovo.com.br/pazsemvozemedo/parcerias-e-apoios/>>. Acesso em: 06 jun. 2012.
4. Cf. <<http://blogs.98fmcuritiba.com.br/vidadavoz/campanha-paz-sem-voz-e-medo/paz-tem-voz/>>. Acesso em: 06 jun. 2012.
5. A ideia de que “a maioria dos homicídios ocorre em função do tráfico” é uma daquelas afirmações que recorrentemente encontramos nas mídias em declarações de operadores de segurança pública e do sistema de justiça criminal.
6. Não cabe no curto espaço deste texto esgotar os conteúdos da campanha em análise, mas sim uma reflexão sobre o seu desempenho nos termos da construção do “problema da segurança” enquanto problema público.
7. Coincidência ou não um dos versos da música Minha Alma diz: “As grades do condomínio/São para trazer proteção/ Mas também trazem a dúvida/Se é você que está nessa prisão”.
8. Parafraseando o termo popularizado no best-seller *Freakonomics a rogue economist explores the hidden side of everything*, de Steven D. Levitt.
9. A este propósito, Besson (1995, p. 25), ao analisar o recenseamento francês (e não os dados sobre crime no Brasil), destaca que apesar da representação social e do que muitos estatísticos passam acreditar, “rigorosamente falando, é impossível, que estatísticas sejam exatas. O problema, segundo o autor, é que não se trata de um erro aleatório, nem esta questão é devidamente criticada pelos produtores das pesquisas.
10. Para Wright Mills, como as pesquisas as quais ele se refere exigem grandes recursos, os clientes mais comuns são o Estado, as grandes corporações, fundações, etc.
11. Um excelente trabalho sobre a mudança observada nos últimos anos e que passa a ser exigida a análise de um expert ou especialista em segurança pública podemos encontrar em Silva (2007).
12. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/pazsemvozemedo/conteudo.phtml?id=1150248#ancora>> Acesso em: 08 maio 2012.
13. Disponível em: <www.paztemvoz.com.br> Acesso em: 15 fev. 2012.
14. As UPSS fazem parte do projeto de segurança pública do governo do Estado do Paraná, inspirado nas Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) do Rio de Janeiro. Hoje existem duas UPSS instaladas com o espírito de “projeto piloto” em duas favelas de Curitiba, Uberaba e Parolin. Os primeiros dias da presença da polícia no Uberaba ficaram marcados pelo escândalo de policiais militares que torturaram um morador com agressões físicas e choques elétricos. De acordo com o inquérito, Ismael da Conceição, de 19 anos, servente de pedreiro, andava de bicicleta quando foi confundido com um bandido. O jovem foi detido e levado pelos policiais até a sua casa, que foi revistada sem mandado judicial. Não foram encontrados armas ou drogas. Depois, Ismael foi levado para um módulo policial onde foi torturado.
15. No caso do Rio de Janeiro a militarização fica mais evidente, uma vez que, além da Polícia Militar, a invasão das favelas teve uma intensa participação das Forças Armadas. Tanto no Rio como em Curitiba, aquelas práticas foram celebradas por vários segmentos sociais como a panaceia da segurança pública para resolver os problemas do crime e da violência urbana.

Referências bibliográficas

- ALMENDRA, D. **Os mistérios do Carandiru: cárcere, massacre e cultura de massas**. Rio de Janeiro: Lumina, 2011.
- BAUMAN, Z. **Europa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.
- BEATO, C. **Crime e cidades**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2012.
- BECKER, H. S. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- BENSON, J.-L. **A ilusão estatística**. São Paulo: Ed. Unesp, 1995.
- BIRMAN, P. Favela é comunidade? In: MACHADO DA SILVA, L. A. (Org.). **Vida sob cerco: violência e rotinas nas favelas do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- BODÊ DE MORAES, P. Juventude, medo e violência. In: GEDIEL, J. A. P.; MERCER, V. R. (Orgs.). **Violência, paixão e discursos: o avesso dos silêncios**. Porto Alegre: CMC, 2008.
- BOURDIEU, P. A televisão, o jornalismo e a política. **Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998a, p. 93-104.
- _____. Espaço social e gênese das classes. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1998b, p. 133-161.
- _____. Introdução a uma sociologia reflexiva. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1998c, p. 17-58.
- _____. Sistemas de ensino e sistemas de pensamento. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982, p. 203-229.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COELHO, E. C. A criminalização da marginalidade e a marginalização da criminalidade. **A oficina do diabo e outros escritos sobre criminalidade**. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- _____. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- GOFFMAN, E. (**Estigma**). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1980.
- MACHADO DA SILVA, L. A. (Org.). **Vida sob cerco: violência e rotinas nas favelas do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- LIMA, V. de A. Comunicação, poder e cidadania. **Rastros**, Revista do Núcleo de Estudos em Comunicação, Ano VII, n. 7, outubro 2006.
- _____. **Liberdade de expressão X liberdade de imprensa**. Direto à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010.
- SUTHERLAND, E. **Princípios de criminologia**. São Paulo: Martins Ed., 1949.
- _____. **El delito de cuello blanco**. Montevideo/Buenos Aires: Julio César Faira Ed., 2009.

Anexo 1 - A Voz da Insegurança

A percepção dos paranaenses é de que a violência se aproxima e é cada vez mais frequente. Confira os resultados da pesquisa que revela a sensação de medo no Paraná.



Nos últimos doze meses:

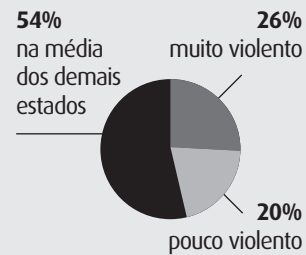
21% foi vítima de roubo ou furto
8% teve sua casa roubada ou furtada

4% teve o seu carro ou de alguém da família roubado ou furtado

Hoje:

43% deixa de fazer alguma coisa porque tem medo

OPINIÃO SOBRE O ESTADO



Qual é hoje o maior problema enfrentado pelos paranaenses?*

Segurança pública	56%
Saúde	43%
Drogas	28%
Educação	12%
Desemprego	11%

Porcentual de pessoas que consideram a segurança pública o maior problema do estado, por regiões:

Curitiba	62
RMC	58
Interior	54

O QUE OS PARANAENSES TEMEM

Qual local ou situação é mais arriscada?*

Na saída de bancos	53%
Na rua	31%
Quando está parado no semáforo	19%
Ao circular pela periferia da cidade	19%
Em casa	14%

De qual situação você tem mais medo?*

Andar em ruas escuras	25%
Sacar dinheiro em caixa eletrônico	24%
Ter sua casa roubada ou furtada	24%
Sofrer qualquer tipo de assalto à mão armada	23%
Chegar ou sair de casa, principalmente à noite	19%
Andar sozinho	15%
Andar no centro à noite	11%
Violência policial	7%
Ser assaltado no sinaleiro	7%
Ter seu carro roubado ou furtado	7%
Passear à noite em praças	6%
Andar de ônibus, principalmente à noite	6%
Estacionar na rua	2%
Empresas de segurança clandestinas	1%

De qual crime você mais teme se tornar vítima?

Assalto	39%
Bala perdida	9%
Sequestro/refém	9%
Latrocínio	8%
Arrombamento	8%
Homicídio	7%
Tráfico	7%
Roubo de carro	5%
Agressão	5%

* total superior a 100% pois os entrevistados podiam escolher mais de uma alternativa.

METODOLOGIA: entre 8 e 15 de julho de 2011 foram entrevistados 1.505 habitantes do Paraná maiores de 15 anos, em 70 municípios. Grau de confiança de 95% e margem de erro de 2,5%

Fonte: Instituto Paraná Pesquisas.

Qual fator está mais associado à violência?*

Uso de drogas	47%
Tráfico de drogas	40%
bebida alcoólica	21%
Falta de policiamento	20%
Arma	15%
Desigualdade Social	12%
Corrupção	9%
Falta de emprego	9%
Gangues	7%
Trânsito	3%
Ganância	3%
Impunidade	1%

Infografia: Gazeta do Povo

O medo, a mídia e a violência urbana A pedagogia política da segurança pública no Paraná

Dinaldo Almendra e Pedro Rodolfo Bodê de Moraes

Resumen

El miedo, los medios y la violencia urbana. La pedagogía política de la seguridad pública en Paraná

El artículo hace un análisis de la campaña Paz sin voz es miedo, del Grupo Paranaense de Comunicación (GRPCOM), tal y como elabora la cuestión de la seguridad en tanto que un problema público, a la vez que efectúa la construcción simbólica del acontecimiento “violencia urbana” como una visión social del mundo. La adhesión mediática a la agenda oficial opera en el espacio público una pedagogía política de la seguridad pública, acción orientada por el miedo y por la intervención de la policía en los conflictos sociales.

Palabras clave: Paraná; Miedo; Medios de comunicación; violencia urbana; Policialización de las políticas sociales.

Abstract

Fear, the media and urban violence. A political pedagogy of public safety in the state of Paraná.

This paper presents an analysis of the Paz sem voz é medo (Peace without a voice equals to fear) campaign run by the GRPCOM (Paraná Communication Group). The analysis focuses on how this campaign addresses the issue of public safety and, in so doing, also provides a symbolic construction of “urban violence” taken as an element of a social worldview. By adhering to the government’s agenda, the media institutes a political pedagogy of public safety in the public realm, but one driven by fear and the policization of social conflict.

Keywords: Paraná; Fear; Media; Urban Violence; Policialization of Social Policies.

Data de recebimento: 15/06/2012

Data de aprovação: 03/08/2012