

A revista Ocas como interface comunicacional do desenvolvimento urbano excludente¹

Autora: Verônica Maria Alves LIMA, mestranda em Comunicação do PPGCOM da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação) da Unesp/Bauru-SP.

Resumo:

O presente artigo discute as interfaces entre as configurações do desenvolvimento urbano das grandes cidades (metrópoles) e a desigualdade social, tomando a comunicação como engendrador de tais interfaces. Apresenta-se como exemplo singular desse engendramento a revista Ocas, cujo objetivo principal é fornecer alternativas de sobrevivência para a população em situação de risco social, por meio da renda obtida com a venda da publicação. Parte-se da compreensão da urbanização como um processo marcado pela exclusão social e a exploração capitalista. Nesse contexto, destaca-se a centralidade da comunicação – e os produtos comunicacionais, como a publicação em questão – e seu caráter relacional no que tange os códigos urbanos, sobretudo das metrópoles.

Palavras-chave:

Desenvolvimento urbano. Comunicação. Revista Ocas.

As contradições inerentes ao desenvolvimento urbano resultam em um processo no qual a desigualdade social, sobretudo no que se refere aos padrões de fixação de moradia, se estabelece como regra no espaço das metrópoles. No Brasil, a explosão demográfica é marca do desenvolvimento das grandes cidades, tendo em vista que estas se tornam pólos de atração por concentrarem os dispositivos e novidades da expansão urbana, dando origem a oportunidades de emprego, sobretudo no setor terciário (serviços), o que também dá margem ao desenvolvimento da informalidade (SANTOS, 1980).

Tendo em vista a precária atuação do Estado na dinâmica de expansão das metrópoles, a estrutura urbanística dessas cidades é decisivamente marcada pela periferização urbana ou, conforme aponta Grostein (2001), por um “padrão periférico de urbanização”, no qual é possível identificar a “ilegalidade como fator estrutural na dinâmica de expansão urbana” (2001, p.15). Segundo a autora, a exclusão social e a pobreza estão na essência desse padrão de desenvolvimento, que institucionaliza os espaços de desigualdade e exclusão social como componentes naturais da expansão da metrópole.

A significativa concentração da pobreza nas metrópoles brasileiras tem como expressão um espaço *dual*: de um lado, a *cidade formal*, que concentra os

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Práticas Comunicacionais para o fomento da democracia” do XV CELACOM (Colóquio Internacional da Escola Latino-Americana de Comunicação). As reflexões aqui apresentadas compõem a pesquisa que a autora desenvolve em sua dissertação de mestrado.

investimentos públicos e, de outro, o seu contraponto absoluto, a *cidade informal* relegada dos benefícios equivalentes e que cresce exponencialmente na ilegalidade urbana que a constitui, exacerbando as diferenças socioambientais. A *precariedade* e a *ilegalidade* são seus componentes genéticos e contribuem para a formação de espaços urbanos sem atributos de urbanidade. (GROSTEIN, 2001, p.14, grifos da autora)

Ou seja, o próprio processo de urbanização é responsável pelo surgimento de espaços que desafiam o desenvolvimento urbano no que se refere à ausência dos dispositivos básicos para o crescimento da cidade. Assim, a dualidade identificada pela autora marca decisivamente o desenvolvimento das grandes cidades no Brasil.

O forte poder atrativo exercido pelas grandes cidades sobre outras regiões do país, fenômeno comum nos países subdesenvolvidos (SANTOS, 1980), não é acompanhado por um planejamento por parte do poder público para o recebimento dos contingentes migrantes elevados. O processo resulta na falta de acesso de parcela da população aos dispositivos básicos da urbanização o que, nesse contexto, pode ser considerado causa e consequência do recrudescimento da desigualdade social no cotidiano dessa parte da população.

A pobreza, manifestação concreta da desigualdade, acaba, portanto, por marcar a vida de parcela significativa da população nas grandes cidades. Milton Santos (2001) caracteriza a pobreza em três fases diferentes. A primeira, denominada “pobreza incluída”, faz referência ao período em que o consumo não era socialmente determinante e a situação de pobreza poderia ser considerada como um problema circunstancial da sociedade e de âmbito local, passível de soluções assistencialistas. A segunda forma de pobreza é denominada pelo autor como “marginalidade”, que caracteriza o momento em que a pobreza é vista como fenômeno inerente ao desenvolvimento econômico, o qual traz o consumo como imperativo social. Neste caso, considera-se tanto a pobreza absoluta, quanto a pobreza relativa, identificando-se índices de pobreza e miséria que distinguem situações que acometem os pobres – ou marginais. Tentar superar as formas de miséria passa a ser um esforço do Estado.

A terceira definição de pobreza aproxima-se do contexto atual e é denominada por Milton Santos (2001) como “pobreza estrutural globalizada”. Trata-se do estágio em que a pobreza é vista como inevitável e como resultado natural do processo socioeconômico atual, produzida politicamente em escala global. Além disso, a existência dos pobres – que nesta fase são denominados ‘excluídos sociais’ – é reproduzida pelo abandono do Estado de suas obrigações para com a garantia de direitos

civis, assim como pela institucionalização da desigualdade até mesmo em âmbito científico.

A evolução dessas três formas de pobreza coincide com o desenvolvimento urbano, sobretudo nos países subdesenvolvidos (ou em desenvolvimento), tendo em vista a relação desses contingentes de “pobres incluídos, marginais ou excluídos” com as dinâmicas de ocupação dos espaços das cidades, sobretudo nas metrópoles. É com vistas na relação entre a pobreza e sua expressão espacial em duas importantes metrópoles brasileiras – São Paulo e Rio de Janeiro – que a revista Ocas, molda as diretrizes de sua atuação social, que tem como meta melhorar as condições de vida de moradores de rua e/ou de pessoas consideradas em situação de risco social.

Ou seja, a partir da compreensão do contexto social (desigual) das pessoas que são destituídas em algum aspecto de seus direitos sociais, a revista Ocas busca, não apenas por meio de seu conteúdo, mas por sua própria existência, apresentar formas alternativas de obtenção de vínculo e reconhecimento no ambiente urbano. Isso porque é por meio da circulação da revista que o objetivo do projeto OCAS (Organização Civil de Ação Social) faz sentido: a venda é feita exclusivamente pelas pessoas em risco social que se interessem pelo projeto e pela alternativa de renda oferecida, já que parte do valor obtido com a venda fica com o vendedor², originando recursos que lhes permite iniciar um processo de reinserção social.

Inspirada em um exemplo inglês chamado “The Big Issue”, publicação que também tem o objetivo de ser uma alternativa de renda e ressocialização para moradores de rua e pessoas em situação de risco, a revista Ocas surge das iniciativas do publicitário carioca Luciano Rocco – que estava interessado em implantar uma publicação do mesmo caráter da revista inglesa, após conhecê-la em Londres – e dos editores do jornal paulista “O Trecheiro”, em especial o jornalista e fotógrafo Alderón Costa, que já estava em contato com representantes da publicação italiana Terre di Mezzo, que tem a mesma atuação social, e cuja intenção era apoiar uma versão brasileira a ser comercializada nas ruas. A implantação do periódico no Brasil foi mediada pela INSP – International Network of Street Papers –, organização que congrega as publicações dessa natureza em todo o mundo³.

² Atualmente, o preço de venda da revista é R\$ 4,00. Os vendedores compram a revista por R\$ 1,00, e lucram R\$ 3,00. Além disso, podem trocar gratuitamente edições antigas por mais recentes, nos casos de dificuldade de venda.

³ A organização congrega 114 periódicos de 40 países, todos com o mesmo objetivo e dinâmica de circulação – pessoas em situação de vulnerabilidade pagam menos que 50% do valor das revistas,

A aproximação entre os interessados das duas capitais – São Paulo e Rio de Janeiro – foi o movimento necessário para que surgisse o projeto da revista e do conseqüente trabalho social promovido pela organização. Após conversas e a adesão de vários outros profissionais, a revista Ocas é lançada no mês de julho de 2002 nas duas capitais, onde circula até hoje.

Inicialmente, a periodicidade da publicação era mensal, mas desde 2007 a revista passou a circular bimensalmente devido, principalmente, a problemas de financiamento da revista. Todo o conteúdo é produzido e organizado por colaboradores fixos ou eventuais, que não recebem nenhuma remuneração pelo trabalho e também colaboram com a expansão do projeto, buscando parcerias e novos vendedores a serem beneficiados com a proposta.

Para compreender as relações que se estabelecem a partir do caso específico da publicação em questão, é necessário considerar a exclusão de ordem urbana. Isso porque, as alternativas para estabelecimento de moradia e sobrevivência urbana encontradas pelos excluídos desses direitos sociais dão origem às periferias e a espaços precários dentro das cidades, como as favelas e as ocupações de construções públicas, entre outras formas de estabelecimentos clandestinos e ilegais. E é esse o público ao qual o projeto Ocas dirige sua atuação.

O desenvolvimento urbano em todas as suas dimensões, desde a ocupação do espaço até o acesso aos dispositivos da urbanização, se inserem dinâmica de exploração capitalista, ou seja, na dinâmica do consumo e posse de bens intrinsecamente relacionados com o acúmulo de capitais (SANTOS, 1982; GOTTDIENER, 1997).

Diante desse cenário, a tentativa de invisibilização das periferias – espaço de expressão das contradições urbanas – torna-se estratégia para a negação dos problemas advindos com o próprio processo de urbanização. Cabe aqui ressaltar que a questão não se resume às dinâmicas infraestruturais da cidade e, por isso mesmo, a referência feita neste estudo são as configurações da urbanização, ou seja, relações que envolvem o componente da sociabilidade dos indivíduos, as formas de expressão e reconhecimento da cidadania, a circulação e formas de apropriação dos territórios e espaços citadinos pelas pessoas que compõem a sociedade.

Nesse sentido, a condição das zonas periféricas das grandes cidades é a expressão da exclusão e desigualdade sociais das quais são vítimas parte significativa de

obtendo uma fonte de renda que vai auxiliar na superação do risco social. Os chamados “street papers” existem desde 1994.

seus moradores. Em síntese, ignorar os pobres e as formas por eles encontradas para resolver seus problemas de moradia, é uma forma de negar as contradições do próprio capitalismo, reforçando-o como sistema eficiente de desenvolvimento.

Jessé de Souza (2006) traz importante reflexão acerca das formas de legitimação e naturalização das desigualdades no contexto contemporâneo. O autor apropria-se do conceito de “*habitus*”, de Bourdieu, entendendo-o como um “aprendizado não intencional de disposições, inclinações e esquemas avaliativos” (SOUZA, 2006, p.34), a partir do qual chega ao conceito de “*habitus* precário”, que seria o parâmetro para o não reconhecimento social de um indivíduo ou grupo, por certa “inutilidade” de sua inserção na sociedade.

Tal conceito é baseado pelo autor na chamada “ideologia do desempenho”, que reduz as relações dos indivíduos com a dinâmica social à questões meritocráticas, escamoteando e desconsiderando os contextos desiguais de acesso a oportunidades. Desse modo, conjunturas totalmente díspares são equiparadas pelos parâmetros dominantes, com o objetivo de legitimar a desigualdade social no mundo contemporâneo.

Souza (2006) destaca que tal contexto é sempre pensado em relação às questões de trabalho e acesso a bens materiais e de consumo. Assim, as individualidades se constituem e se definem socialmente em função de tais parâmetros.

A tríade [qualificação, posição e salário] torna também compreensível porque apenas através da categoria "trabalho" é possível se assegurar de identidade, auto-estima e reconhecimento social. Nesse sentido, o desempenho diferencial no trabalho tem que se referir a um indivíduo e só pode ser conquistado por ele próprio. Apenas quando essas pré-condições estão dadas pode o indivíduo obter sua identidade pessoal e social de forma completa. (SOUZA, 2006, p. 40)

Esse imperativo da inserção no mercado de trabalho e, portanto, na dinâmica estabelecida pela urbanização (e o capitalismo) acaba por ser supra latente nas metrópoles, tendo em vista o já citado poder atrativo dessas cidades no contexto regional. No entanto, as promessas de oportunidades nem sempre se concretizam e nem sempre se configuram como formas satisfatórias e dignas de trabalho. O resultado é um contingente de desamparados e excluídos que, na falta das pré-condições citadas por Souza (2006), se veem destituídos de suas identidades e, em última instância, de suas cidadanias, seus direitos.

Essa seria a base da falta de reconhecimento social de parcela significativa da população que, com a impossibilidade de acessar as oportunidades e dispositivos urbanos, termina destinada à própria sorte, sobretudo nas metrópoles. Aliado a essa realidade, acrescenta-se a globalização como uma ideia construída e que, por sua dinâmica, é esse processo que dá origem a grupos de pessoas que só têm as marquises, os viadutos ou a própria rua para se abrigarem.

Nesse sentido, esse processo é o pano de fundo para a compreensão da revista *Ocas*, que passa a fazer sentido para o entendimento da sociedade contemporânea, sobretudo no que tange à utilização da comunicação, em especial do jornalismo, como instrumento de intervenção social e engendramento das dinâmicas de desenvolvimento urbano.

Segundo Gohn (2001), duas características são importantes na gênese do desenvolvimento e planejamento urbano, que culminaram nas configurações tal como hoje se observa. A primeira se refere ao fato de que o governo sempre assume um papel explorador do espaço urbano – inicialmente, obrigando colonos a pagar o fisco e a manter o território ocupado e conservado; depois, tomando o controle da conservação, mas também da circulação territorial, taxando transportes e passagens pelos caminhos coloniais; chegando às contratações de empresas (terceirizações) para a exploração do desenvolvimento da infraestrutura urbana.

Desse modo, a espoliação popular passa a ser um valor culturalmente ligado à noção do Estado (e não apenas especificamente de um governo), contra o qual a necessidade de reação ou resistência se torna praticamente inevitável. Burlar o fisco colonial, as taxas de circulação, reivindicar melhorias nos locais mais afastados do comércio, lutar por melhores instalações de trabalhadores da incipiente indústria (especialmente depois abertura para imigrantes), enfim, todas as formas de resposta aos governos, ao longo da história, tinham uma relação com os aparatos urbanos.

A segunda característica refere-se à noção historicamente construída de público e privado. Para Gohn (2001), tal noção evolui da percepção de “bem comum” criada nos dois primeiros séculos de governo da coroa português, período em que detinham as responsabilidades do fisco e dos aparatos urbanos as câmaras provinciais. A autora ressalta que a noção de “bem comum”, muito presa ao entendimento do uso comum de determinados territórios, além de legitimar o poder do Estado como sendo provedor e, portanto, situado em patamar acima da população, também resulta em formas espúrias de sociabilidade.

A partir dessas primeiras relações, acrescidas da constância do papel repressor assumido pelo Estado, foram gerados o medo e a desconfiança contra tudo o que é público, sendo que o caráter coletivo da noção do público não ficava claro para a população.

A autora apresenta tais características como sendo fundamentais para a formação dos comportamentos observados no século XX – que podemos estender para o XXI – em especial aos que são observados nas relações políticas dentro do contexto urbano, ou seja, demandas e regulações no desenvolvimento das cidades. Destacamos aqui a exploração (mercadológica) urbana pelo Estado e as confusões geradas em torno dos conceitos de público e privado porque, justamente, esses fundamentos têm especial valor nas relações urbanas contemporâneas.

Ou seja, as intervenções no ambiente urbano são complexas nos dois extremos que as tensionam. De um lado, ao Estado cabe, ao mesmo tempo, regular e garantir o uso do espaço urbano, mas no interior de um contexto de circulação e acúmulo de capital. Nesse sentido, vale lembrar que, historicamente, o espaço urbano foi uma das principais fontes de renda do Estado. Do outro lado, ao povo cabe o papel reivindicatório, ao exigir o direito de usufruir os aparatos de infraestrutura, com maior ou menor grau de noção de coletividade, além de se posicionar contra abusos de taxas e outras formas exploratórias por parte do Estado. No entanto, vale destacar que a população oscila sua compreensão, ora com visível tendência ao público, ora com visível tendência ao privado.

Essa complexa configuração das dinâmicas de intervenção urbana influencia, em última instância, na relação que os indivíduos estabelecem na e com a urbanidade, origem também da noção de cidadania das pessoas que vivem nas cidades. No caso das metrópoles, onde a constituição dos espaços, de maneira geral, é especialmente moldada pelo consumo e individualidade, a relação sujeito-urbano toma proporções ainda mais significativas.

A discussão sobre a comunicação se coloca em centralidade, desse modo, porque é principalmente através dos meios de comunicação que hoje são discutidos os principais temas relacionados aos valores/cultura da sociedade, assim como as noções de cidadania/direitos no contexto político atual.

Muniz Sodré (2001), ao discutir a subjetividade que sustenta a lógica comunicacional contemporânea, destaca que o papel da imprensa (e da mídia) na modernidade tem relação direta com o pressuposto republicano de comunicação entre os

cidadãos e as livres manifestações das subjetividades garantidas nesta forma de governo. Com os benefícios dos recursos tecnológicos, a informação circularia de forma a contribuir com a disseminação de valores morais e culturais, ou seja, sustentando a lógica moderna.

Desse modo, considerando o imperativo da técnica nas relações comunicacionais – confundidas com a simples circulação mecânica de informações na sociedade – a anulação das subjetividades no processo comunicativo se dá em favor da ideia de “comunicação em estado puro”, fonte de utopias que ultrapassam a questão da garantia de direitos no que se refere às possibilidades comunicacionais⁴.

O autor explica, porém, que o imperativo do mercado global que, como já explicitado, visa a própria reprodução e o lucro, com especial expressão no contexto de desenvolvimento urbano, impõe sobre as atividades e veículos comunicacionais a necessidade de assimilação cultural, em face do culto e do triunfo do consumo como valor social. A perspectiva ética da comunicação se esvai, diluindo as individualidades dos sujeitos sob a aparência de uma maior autonomia pela possibilidade de escolha no ato de consumo.

No interior desse processo, tem papel fundamental e estratégico a tecnologia, que incide diretamente na dinâmica de socialização, sendo os meios de comunicação de a expressão máxima desse movimento, onde a excessiva reprodução do código informacional reconfigura e atualiza o conceito de “massa”. Os comportamentos sociais são contaminados pelos supostos valores tecnológicos da objetividade e neutralidade, instaurando uma nova forma de individualidade.

As clássicas práticas de sujeito (expressão, emancipação, cidadania) são contraditadas por “práticas de objeto” ou de “massa” que, reguladas pelo código da sociedade neoliberal de mercado, acenam com a resignação confortável do consumo. A histórica realização social do homem pela atividade política é trocada pela liberação adulatória e auto-erótica dos desejos (SODRÉ, 2001, p.53).

É nesses termos que se constroi o sujeito que se encontra hoje em contato com as diversas demandas urbanas nas grandes cidades. A comunicação engendra essa nova individualidade com vistas de corroborar com ela, reforçando-a, pois, ao reafirmá-la significa estar em consonância com o capitalismo globalizado, que dita as regras e valores da sociedade atual.

⁴ O autor faz uma referência às teorias universalistas da comunicação, que traçam caminhos similares aos das teorias holísticas, como, por exemplo, Maturana e Bateson (SODRÉ, 2001, p.49).

O sujeito se vê diante de uma contradição substancial entre suas reivindicações e o sistema financeiro que transformou o consumo e a posse em valores, ao capitalizar as demandas sociais e considerar como único sentido da sociedade contemporânea a lógica do mercado e da tecnologia. Esse cenário se delineia especialmente a partir da década de 90, quando o imperativo tecnológico e financeiro atinge seu ápice no cotidiano social, sobretudo no ocidente, e em especial nas metrópoles, onde se concentram os aparatos tecnofinanceiros regidos pelo capital.

Demandas urbanas no advento do século XXI

A redemocratização marca a última década do século XX no Brasil, e as conquistas democráticas representam importante aspecto da vida política brasileira no início do século XXI. Na esteira do processo de amadurecimentos da democracia, observa-se também uma reconfiguração dos movimentos sociais, modificando também a relação entre os sujeitos no interior desses movimentos.

Como mostra Gohn (2007), a compreensão sobre a reivindicação e a estratégia para se obter êxito se modificam substancialmente, por influência de diversos fatores. A oposição ao Estado já não é característica tão presente nos movimentos; as estratégias se voltam para um trabalho que se aproxima das ferramentas estatais, por meio de planos, projetos e outras formas propositivas de ação. A ideia de universalizar as demandas, baseada no humanitarismo e na diversidade cultural, é acompanhada pelo entendimento mais contextualizado e amplo dos conceitos de cidadania e participação.

Nesse cenário de reconfiguração dos movimentos, ganham expressividade as ONGs (organizações não-governamentais), como significativo ator na interface entre os sujeitos sociais, o Estado e as relações socioculturais da sociedade. Isso porque, conforme destacado por Kauchakje (2008), as ONGs podem imprimir, nessa interface, características distantes ou desfigurantes do contexto sociocultural de atuação, sobretudo no que se refere às organizações de caráter global; além de também promoverem, em alguns casos, ações despolitizadas (e despolitizantes), reduzidas à solidariedade filantrópica.

Apesar dessa ressalva, no entanto, a autora destaca o papel estratégico das ONGs para a qualificação do vínculo dos sujeitos nos movimentos sociais, tendo em vista que são importantes espaços para o desenvolvimento da compreensão dos direitos sociais e da cidadania.

(...) no âmbito dos direitos de cidadania, uma estratégia seria o fortalecimento das articulações entre movimentos sociais com as outras formas de participação sociopolítica – por exemplo, fóruns, audiência pública, conferências e conselhos de políticas e ONGs – e destas entre si. (...) A centralidade dos movimentos sociais, na atualidade, parece decorrer do fato de eles serem uma matriz da democratização e da solidariedade política (...) (KAUCHAKJE, 2008, p. 686-687)

Ou seja, no advento do novo milênio, as ONGs podem se configurar como dispositivos tanto de fortalecimento dos laços democráticos dos sujeitos sociais, quanto de fragilidade no que se refere à compreensão do papel político dos sujeitos na sociedade em que atuam.

Vale destacar que é uma ONG forma a base estrutural da publicação jornalística aqui apresentada e discutida. Na perspectiva da intervenção social, a revista Ocas e as relações sociais em seu entorno são expressão das novas e complexas relações inauguradas com o advento do imperativo tecnológico e da crise dos paradigmas que nortearam a modernidade, num contexto de recrudescimento das doutrinas neoliberais. Sendo assim, o sentido das relações estudadas no projeto Ocas não se liga especificamente às questões de luta e reivindicações junto ao Estado.

O projeto OCAS procura incidir diretamente no âmbito da cultura, tendo em vista ser um produto jornalístico, com reflexo na questão socioeconômica. Nesse sentido, caracteriza-se como uma organização que introjeta na sociedade uma forma alternativa de difundir a questão dos problemas sociais inerentes à urbanização. Ou seja, ainda que não esteja vinculado a um determinado movimento social, busca com seu conteúdo e sua venda solidificar discussões e percepções acerca de problemas que, embora já naturalizados, fazem parte do cotidiano das demandas urbanas das grandes metrópoles⁵.

Nesse sentido, a revista busca ao mesmo tempo, como produto comunicacional, chamar atenção para um problema social e também ser reconhecida dentro do ambiente urbano, marcado pelo consumo, fechando um ciclo que perpassa a sensibilização de leitores/cidadãos, a venda da publicação e a melhoria das condições de vida dos vendedores. Por isso, é necessário entender como a comunicação engendra, na dinâmica urbana, os códigos que constituem a natureza excludente da urbanização, em especial nas metrópoles.

⁵ É possível, no entanto, questionar a inserção dessas discussões eficazmente no cotidiano urbano, tendo em vista a expressividade do número de vendedores que melhoraram suas condições em relação ao problema estrutural que é a exclusão social. No entanto, não se optou por desenvolver tal questionamento neste artigo, por demandar outras referências e dados que extrapolariam a proposta inicial.

Códigos urbanos

Uma das primeiras características marcantes das grandes cidades e que, portanto, acaba por consistir um dos seus códigos essenciais é a violência. Ela passa a ser, a cada dia mais, naturalmente vista como parte do cenário da globalização, da qual as metrópoles são expressão máxima. A violência – física, social, moral – é um componente necessário na lógica imposta pelo modelo capitalista de desenvolvimento econômico, tendo em vista que este se baseia na chamada “perversidade sistêmica” (SANTOS, 2001), ou seja, na nefasta maneira de legitimação da competitividade que visa o lucro, a acumulação, ou seja, a perpetuação do capital e do consumo como valores fundamentais da sociedade contemporânea.

Essa estruturação contemporânea das relações sociais, que naturaliza conjunturas de exclusão e subjugação de determinados grupos sociais, é pressuposto e causa para a existência do projeto Ocas, que visa minimizar o contexto de violência simbólica que se impõe cotidianamente nas metrópoles. O medo social, as alternativas ilegais de inserção social (como o crime e o tráfico), ou mesmo a negação da sociabilidade (como nos casos dos moradores de rua), são decorrentes dessa violência simbólica intrínseca ao desenvolvimento capitalista.

Bauman (2001) explica que ameaça da violência, personificada em determinados tipos e concretizada em determinados locais, faz com que se consagrem os espaços em que as diferenças se diluem e as individualidades se reforçam pelo consumo, por exemplo, os *shoppings centers*. Assim se constroi uma nova configuração para o conceito de “comunidade” que, amparada pela militarização e vigilância constante dos espaços, confere tranquilidade às existências pessoais – no sentido oposto às coletividades ou formas de engajamento. A “realidade” que o ambiente da metrópole impõe, embora marcada decisivamente pela violência, também oferece saídas. No entanto, “O projeto de esconder-se do impacto enervante da multivocalidade urbana nos abrigos da conformidade, monotonia e repetitividade comunitárias é um projeto que se auto-alimenta, mas que está fadado à derrota” (BAUMAN, 2001, p.123).

Por isso, partilhar desse primeiro código urbano – a violência – é inerente à compreensão de um segundo código que, ao mesmo tempo, constroi e reafirma as configurações do ambiente urbano, ao conferir mais ou menos sentido a grupos sociais, instituições e práticas no cotidiano das metrópoles. Este segundo código é o conceito de “real”, ou seja, a noção da realidade societária que representa as estruturas que norteiam o dia a dia das grandes cidades. Beatriz Jaguaribe (2007) mostra que as definições de

realidade que permeiam a contemporaneidade se baseiam em narrativas da realidade que buscam o maior apelo possível ao realismo, em especial nos meios de comunicação – com suas configurações específicas no modelo midiático –, num contexto onde produção se torna mais real que a própria realidade, noção que vai nortear as interpretações que os indivíduos têm do mundo (JAGUARIBE, 2007, pp.26-41).

Entende-se por real, como apresenta a autora, a fatia da existência que se processa conscientemente a partir dos filtros culturais de representação, principalmente por meio da linguagem. Explica a autora:

Enquanto existência do mundo além e fora do nosso ser, o real tanto ultrapassa quanto permeia nossa experiência. Se, nestes termos, o real é a existência de mundos que independem de nós, a realidade social, em contraste, é uma fatia do real que foi culturalmente engendrada, processada e fabricada por uma variedade de discursos, perspectivas dialógicas e pontos de vista contraditórios. (JAGUARIBE, 2007, p.101)

Segundo a autora, o realismo estético que protagoniza as disputas por representação na contemporaneidade brasileira utiliza-se menos de um “efeito do real” – entendido como a busca de veracidade e objetividade, quase como um simulacro do real, na relação com os valores culturais de uma sociedade – e mais de um “choque do real”, que consiste no efeito catártico a partir da representação dramática de situações extremas decorrentes das contradições do ambiente urbano (JAGUARIBE, 2007, p.103). A consequência é uma sensibilização mais intensa acerca dos problemas relacionados à desigualdade social, num contexto que mescla e a espetacularização e conscientização política.

A instituição do “real” se dá, portanto, por meio da construção social da “realidade” através de mecanismos políticos, institucionais e, especialmente, comunicacionais, fazendo com que tal dinâmica se configure como importante fenômeno constituinte do tecido social urbano das metrópoles. Tais mecanismos são engendrados no contexto do imperativo tecnocientífico, estruturado e estruturante do modelo de desenvolvimento capitalista-financeiro que perpassa todas as relações sociais na contemporaneidade, principalmente por meio do consumo, já transformado em valor sociocultural e, portanto, como importante aspecto para a definição dos sujeitos/identidades.

Sendo assim, o consumo se caracteriza como o terceiro código urbano a ser destacado. Isso porque, como já pontuado neste capítulo, a própria configuração

urbana, desenvolvida sob as bases do capitalismo financeiro, tem no consumo um de seus pilares sustentadores. Além disso, conforme pontua Canclini (2006), o consumo passa a ser um importante fator para a constituição das subjetividades, sendo parâmetro corroborado ou refutado para a (re)definição das mesmas.

A sociedade globalizada descrita por Milton Santos (2001), de natureza caótica e estruturalmente contraditória, violenta e perversa, é também o lugar e o tempo da crise da modernidade se expressar. É na metrópole que a modernidade se liquefaz (BAUMAN, 2001). O fim das narrativas que ancoram o sentido das relações e da própria existência humana e o imperativo do consumo, expressos pelo individualismo exacerbado, ocupam e moldam os espaços públicos de convivência, sobretudo nos grandes centros urbanos.

Nesse sentido, consumir passa a ser um valor perpetrado pelas formas simbólicas de representação e sociabilidade, cujas expressões mais importantes estão ancoradas nos meios de comunicação e na própria urbanização, em escala não apenas nacional, mas também global. Milton Santos (1993), ao discutir os sustentáculos da urbanização brasileira no final do século XX, mostra que, no interior do movimento de expansão do capitalismo financeiro, o fenômeno do consumo (e a decorrente demanda por comunicação) se comporta de forma circular, pois ao ser resultado do desenvolvimento urbano-capitalista, passa a demandar conexões comunicativas que, por sua vez, estimulam a própria urbanização.

Enquanto o País melhora sua fluidez e conhece uma expansão do capitalismo, bom número de bens que eram produzidos apenas como bens de consumo local, ou outros que tinham apenas valor de uso, transformam-se em valores de troca. A possibilidade concreta de consumir tem como paralelo a criação de um maior número de bens de troca, isto é, de mercadorias. (...) A necessidade de intercomunicação é assim exaltada com a complementação recíproca entre regiões levando à ampliação quantitativa e qualitativa da urbanização” (SANTOS, 1993, p.43).

Segundo o autor, essa dinâmica é baseada no tripé formado por técnica, ciência e informação, que culmina no surgimento do que ele denomina ‘tecnoesfera’ e ‘psicoesfera’. Ambas, ao articularem os âmbitos da economia e cultura, atuam diretamente nos comportamentos dos indivíduos, incidindo, portanto, nos valores sociais e na própria configuração do território urbano, por meio dos dispositivos técnico-científicos (re)produzidos pela lógica econômico-comunicacional que predomina na sociedade contemporânea.

Essa teia que sustenta o consumo como fenômeno significativo e simbólico tanto para a constituição social quanto para a construção dos sujeitos, introduz o último código a ser destacado no ambiente urbano das metrópoles: a comunicação.

A referência é feita ao conceito de comunicação e não ao conceito de informação, justamente para evitar o entendimento desse processo como uma reprodução mecânica da realidade, dita “objetiva” – com a simples circulação supostamente isenta de informações recebidas passivamente –, reafirmando a concepção de um processo socialmente construído nas interfaces complexas entre sujeitos, cultura, tecnologia e modo de produção (TRAQUINA, 2005, v. I; SODRÉ, 2001, WOLF, 1987).

A discussão sobre o ambiente da metrópole traz como necessidade a atenção especial aos processos comunicacionais, tendo em vista que tal contexto se consolida por meio desses processos, ao mesmo tempo em que os demanda. Engendrados no fenômeno identificado como midiaticização (SODRÉ, 2001, 2006, 2010), tais processos se caracterizam pelo fato de que a incidência simbólica dos meios de comunicação (mídia) passa a ditar valores sociais, para além do papel mediador da comunicação, através de aparatos tecnológicos cada vez mais intrínsecos a essa atuação.

A midiaticização se coloca como um novo pressuposto de socialização, uma nova esfera existencial denominada por Muniz Sodré (2010) de “*bios* midiático”, que impõe novos valores morais, um novo *ethos* específico, que se torna imperativo nas relações sociais. “Ela [a mídia] se torna uma espécie de suporte da consciência prática na medida em que os fluxos informativos fazem interface, reorganizam ou mesmo inventam rotinas inscritas no espaço-tempo existencial” (SODRÉ, 2006, pág. 29).

Considerações finais

O tempo veloz, já tornado indispensável no cotidiano da metrópole, é o tempo coincidente da circulação em tempo real das informações em todos os âmbitos da sociabilidade, que faz a metrópole estar em todos os lugares e ao mesmo tempo, alinhada ao fluxo global da comunicação. Conforme aponta Milton Santos (1993),

Nenhuma cidade, além da metrópole, “chega” a outra cidade com a mesma celeridade. Nenhuma dispõe da mesma quantidade e qualidade de informações que a metrópole. Informações virtualmente de igual valor em toda a rede urbana não estão igualmente disponíveis em termos de tempo. Sua inserção no sistema mais global de informações de que depende seu próprio significado depende da metrópole, na maior parte das vezes. Está aí o novo princípio da hierarquia, pela hierarquia das informações... e um novo obstáculo a uma inter-relação mais frutuosa entre aglomerações do mesmo nível, e, pois, uma nova realidade do sistema urbano” (SANTOS, 1993, p. 91)

Ou seja, todo o processo comunicacional que se impõe às sociabilidades e aos sujeitos passa pelo ambiente da metrópole, ao mesmo tempo em que também a constitui. Nesse sentido, o código comunicacional é o que perpassa todos os códigos do desenvolvimento urbano das grandes cidades; daí sua centralidade nas discussões contemporâneas. É nesse contexto que se configuram os dispositivos e grupos sociais que compõem a complexa estrutura das metrópoles. Portanto, partilhar dos códigos urbanos da metrópole significa necessariamente passar pela apropriação da comunicação como forma de disputa simbólica nesse ambiente. É, pois, a partir dessa compreensão que a revista *Ocas* se estabelece, trabalhando e incorporando tais códigos, com objetivo final de oferecer novas perspectivas de discussão e combate à exclusão social.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos*. 6ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- GOTTDIENER, Mark. *A produção social do espaço urbano*. 2 ed. São Paulo: Edusp, 1997.
- GROSTEIN, Marta Dora. Metrópole e expansão urbana: a persistência de processos “insustentáveis”. *São Paulo em Perspectiva*. Vol. 15, n.01, pp. 13-19. 2001.
<http://blogdaocas.blogspot.com>
- JAGUARIBE, Beatriz. *O choque do real – estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- KAUCHAKJE, Samira. Solidariedade política e construção dos sujeitos: a atualidade dos movimentos sociais. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 23, n. 3, p. 667-696, set./dez. 2008.
- GOHN, Maria da Glória. Demandas Populares Urbanas no Brasil. In: _____ *História dos movimentos e lutas sociais*. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, p. 171-192, 2001.
- GOHN, Maria da Glória. Parte I: Movimentos sociais na atualidade. In: _____ (org.). *Movimentos sociais no início do século XXI*. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, pp. 11-88, 2007.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2001
- _____. *A urbanização desigual*. Petrópolis: Vozes, 1980.
- _____. *Ensaio sobre a Urbanização Latino-Americana*. São Paulo: Hucitec, 1982.
- _____. *A urbanização brasileira*. São Paulo: Hucitec, 1993.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- _____. *Reinventando a Cultura: a comunicação e seus produtos*. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- _____. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Dênis de, (org.) *Sociedade Midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- SOUZA, Jessé. A gramática social da desigualdade brasileira. In: _____ (org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo – Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005. Volume I
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Presença, 1987.