



## O Medo, o Mal e a Mídia<sup>1</sup>

Mônica Cristine FORT<sup>2</sup>  
Rebeca NOLASCO<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### RESUMO

O presente artigo parte do pressuposto que a imagem de uma cidade é construída pelos valores que são associados a ela. Assim, analisam-se notícias a respeito do Rio de Janeiro às vésperas de megaeventos que atraem à capital fluminense um número ainda maior de turistas, principalmente estrangeiros. Destaca-se o medo coletivo decorrente de fatos reportados por jornais e que provocam no imaginário uma sensação de insegurança. Emprega a análise de conteúdo para observar o posicionamento da mídia impressa, retratada por dois jornais cariocas, frente à realização da Copa das Confederações e da Jornada Mundial da Juventude, em junho e julho de 2013.

**PALAVRAS-CHAVE:** medo; mídia; Rio de Janeiro; imagem; imaginário.

### INTRODUÇÃO

O Rio de Janeiro é a cidade brasileira mais conhecida no exterior. É o principal destino turístico na América Latina. Segunda maior metrópole do Brasil, perdendo apenas para São Paulo, a cidade tem tão bela paisagem urbana que foi reconhecida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, Unesco, em 2012, um Patrimônio Cultural da Humanidade. Tão em evidência, a capital fluminense é referência tanto positiva quanto negativamente. Fatos ocorridos na cidade repercutem no mundo todo. E a mídia, ao relatar temas de interesse *do* público como se fossem de interesse público, colabora para criar uma imagem do Rio de Janeiro contraditória às belezas naturais da cidade: violência, corrupção, tragédia.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens e da graduação em Jornalismo, da Universidade Tuiuti do Paraná, UTP. Desenvolve pesquisa de pós-doutorado na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Uerj, com supervisão do Prof. Doutor Ricardo Ferreira Freitas, email: [monica.fort@yahoo.com.br](mailto:monica.fort@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Aluna do curso de graduação em Relações Públicas, desenvolve pesquisa de iniciação científica no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, sob coordenação do Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Uerj, email: [rebecanolasco\\_8@hotmail.com](mailto:rebecanolasco_8@hotmail.com).



Fatos como assalto, violência sexual e até mortes contra turistas estrangeiros ecoam no cenário internacional e criam uma imagem negativa que pode interferir na economia da cidade e do país. O noticiário provoca sensação de medo e reforça o sentimento de impotência do ser humano diante do mal (BAUMAN, 2008). O presente artigo visa discutir a imagem do Rio de Janeiro em uma época em que as atenções se voltam à cidade devido à realização de megaeventos. Parte da premissa de que o que traduz uma imagem são os valores associados a ela (ROSA, 2006). O objetivo é analisar dois jornais diários, *O Globo* e *o Dia*, durante a realização de eventos que atraíram a atenção mundial à cidade. Para tanto, opta-se pela metodologia de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009).

Desde 2012, o Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, por meio de bolsistas de extensão e de iniciação científica da instituição<sup>4</sup>, faz o *clipping* de textos jornalísticos dos referidos jornais. O objetivo é o de reunir material sobre os seguintes assuntos: violência urbana, meio ambiente, planejamento urbano e consumo, relacionados aos megaeventos que têm como palco a cidade do Rio de Janeiro. Para o presente artigo, selecionamos textos jornalísticos sobre megaeventos e violência. O período escolhido para a análise foi de 1º de junho de 2013 a 15 de agosto de 2013, ou seja, 15 dias antes até 15 dias depois de dois megaeventos realizados na capital fluminense: Copa das Confederações (entre 15 e 30 de junho) e Jornada Mundial da Juventude – JMJ Rio 2013 (entre os dias 23 e 28 de julho). Embora a Copa das Confederações tenha sido realizada em várias cidades brasileiras, o levantamento se restringe ao Rio de Janeiro, por isso, desconsideramos textos que abordassem esses assuntos, mas referentes a outras cidades.

Observação importante está relacionada às manifestações de junho e julho de 2013 que mobilizaram o país. Embora na pauta inicial, o trabalho dos bolsistas do Lacon não abordasse o tema, naturalmente por ter sido iniciado quando não havia indícios de mobilização social que acabamos presenciando, obrigamo-nos a selecionar textos relacionados também a este assunto, uma vez que entre as reivindicações dos manifestantes houvesse fatos correlatos a megaeventos, neste caso, a Copa do Mundo de 2014, que também terá como uma das cidades sedes, o Rio de Janeiro.

---

<sup>4</sup> Participaram do levantamento de dados para a elaboração do artigo as estudantes: Fabiana Morgado, Nathannie Gomes e Ana Clara Camardella, bolsistas de extensão, com a supervisão de Livia Abdalla e coordenação de Ricardo Ferreira Freitas.



## **O MAL, O MEDO E O IMAGINÁRIO COLETIVO**

Uma das grandes perguntas que corroem o ser humano é o que caracteriza o mal. Durante os séculos passados já se tentou responder a essa pergunta de diversas maneiras, inclusive por meio da fé – punição divina. Grandes desastres naturais, por exemplo, já foram vistos como uma maneira de Deus castigar os infiéis (ainda hoje há quem interprete desta forma). Com o passar do tempo, o mal foi sendo considerado como consequência de falhas humanas. Contudo, segundo Bauman (2008), nunca se chegou verdadeiramente a uma resposta sobre o mal. A única certeza que se tem acerca desse tema é que o mal anda sempre junto com o medo. E essa é uma sensação que nos deixa alertas, com receio de que algo possa acontecer. Uma ameaça. As definições de medo apontam à ansiedade, o que, ainda de acordo com o autor, provoca efeitos sociais. Para Bauman, o verdadeiro problema da sociedade é não saber lidar com o meio de vida criado pelos próprios seres humanos. Mais do que isso, a falta de coragem de assumir que se perdeu o controle impede que todo o problema seja solucionado. Assim, o horror ao inadministrável torna-se real.

Podemos interpretar desta forma as consequências da recepção de determinadas notícias. A mídia diariamente apresenta ao público uma narrativa e, por meio dela, pode-se criar um imaginário coletivo. Determinados assuntos que compõem o noticiário nacional e, portanto, fazem parte do cotidiano, parecem deixar a população atônita, aumentam a ansiedade e o medo. “Um medo genuína e irremediavelmente insustentável é o da invencibilidade do mal” (BAUMAN, 2008, p. 90). Temas como violência urbana e corrupção parecem ser considerados imbatíveis, afinal são evidenciados diariamente.

A disseminação da mídia no mundo globalizado permite que as pessoas formem um imaginário sobre determinados lugares que sempre aparecem na mídia. Assim, ainda que uma pessoa nunca tenha conhecido de fato um determinado lugar, já tem sua opinião sobre ele. O imaginário criado acerca da cidade do Rio de Janeiro sempre foi o de um lugar violento e, por isso, muitos turistas evitavam conhecer de fato a cidade. Vários episódios apresentados na mídia internacional, como arrastões nas praias, mortes por balas perdidas, conflitos entre facções criminosas receberam grande destaque e intensificou no imaginário coletivo os perigos superlativos da cidade.

No ano de 2007, o Brasil foi escolhido como país sede da Copa do Mundo de 2014, dois anos depois, a cidade do Rio de Janeiro foi anunciada como sede dos Jogos Olímpicos



de 2016. Com isso, o imaginário negativo consolidado a respeito da cidade precisava mudar. A mídia então passou a ser usada, devido ao seu poder de influência sobre a sociedade, para que episódios positivos na cidade merecessem destaque e, desta forma, melhorar a percepção quanto à imagem do Rio de Janeiro. No entanto, essa mudança de imagem negativa para positiva não é fácil, afinal, com os megaeventos que a cidade vai sediar (Copa e Olimpíadas), em 2013 já foram registradas a Copa das Confederações e a Jornada Mundial da Juventude. Como palco desses eventos mundiais, o Rio é alvo não só das mídias nacionais, mas também das internacionais.

Para Rosa (2006), associar a imagem a valores positivos pode ajudar a melhorar uma imagem negativa, assim pessoas e organizações precisam investir em uma reputação confiável. “Credibilidade não é uma medalha; é uma poupança!” (ROSA, 2006, p. 142). No caso do Rio de Janeiro, que se discute no presente artigo, a imagem conhecida de cidade violenta e, de certa forma, desorganizada, é negativa. Como vivemos a “velocidade do pensamento”, é preciso que a imagem da cidade seja admirada (positiva), não basta ser conhecida. Se a credibilidade na esfera pública deve estar afinada com a percepção da audiência, o desafio é tentar entender o olhar em transformação; é buscar decifrar essa nova forma de ver situada entre o primitivo e o ponto.com.

O autor ainda garante que a verdade é o que vemos como verdade. Sendo assim, as notícias veiculadas, tendo como condição a verdade e a exatidão devem ser interpretadas como verdade. Agora, por que nem sempre é assim? Os próprios manuais de redação de jornais e revistas alertam: fatos exatos justapostos podem transformar o significado da notícia (FOLHA DE S.PAULO, 1996). Um fato pode ser supervalorizado, ganhando maior projeção frente a outros. O público tende a discutir mais notícias que envolvem raridades e tragédias. Conteúdos que envolvem o que denominaremos de “mal” – catástrofes e violência, por exemplo – provocam o medo, por outro lado, costumam ser abordado de maneira a chamar mais a atenção, uma questão de valor-notícia. Assim, insegurança é realidade. O medo, líquido (BAUMAN, 2008). Com o anúncio constante de eventos que provocam o medo, ratifica-se no imaginário coletivo a sensação de insegurança, principalmente nas cidades que são palco de tais eventos.

Imaginação é a faculdade de representar por meio de imagens, seja a partir de objetos ou situações percebidos, anteriormente, da combinação de ideias pré-



existentes ou da criação de concepções inovadoras, inéditas e originais. Já a palavra “imaginário” provém do latim *imaginarius*, significando em sua origem “que faz retratos” (em pintura ou escultura). Por extensão, imaginário quer dizer algo criado pela imaginação, que só tem existência nesse campo subjetivo. O termo é usado para se referir ao conjunto de elementos característicos de um grupo de pessoas, povo, nação. (MARTINEZ, 2010, p. 658).

Podem ser de três tipos os perigos dos quais mais se tem medo, segundo Bauman (2008). Eles podem ameaçar o corpo e as propriedades. Podem ser de natureza mais geral, “ameaçando a durabilidade da ordem social e a confiabilidade nela, da qual depende a segurança do sustento (renda, emprego) ou mesmo da sobrevivência no caso de invalidez ou velhice” (BAUMAN, 2008, p. 10). Há também os perigos que ameaçam o lugar da pessoa no mundo, como sua posição hierárquica na sociedade; sua identidade, seja de classe, de gênero, étnica ou religiosa; e, ainda, de forma mais abrangente, “a imunidade à degradação e à exclusão sociais” (*Idem*).

Mas numerosos estudos mostram que, nas consciências dos sofredores, o “medo derivado” é facilmente “desacoplado” dos perigos que os causam. As pessoas às quais ele aflige com o sentimento de insegurança e vulnerabilidade podem interpretá-lo com base em qualquer dos três tipos de perigos – independente das (e frequentemente em desafio às) evidências de contribuição e responsabilidade relativas a cada um deles. As reações defensivas ou agressivas resultantes, destinadas a mitigar o medo, podem assim ser dirigidas para longe dos perigos realmente responsáveis pela suspeita de insegurança. (BAUMAN, 2008, p. 10)

No artigo *Medo social: dilemas cotidianos*, a autora Luzia Fátima Baiarl procura identificar os medos sociais vividos no cotidiano como resultantes da forma como a violência urbana se expressa e se manifesta na atualidade. A autora conta que em entrevistas realizadas com cidadãos de classe média, eles apontam que evitam frequentar determinados locais por esses parecerem ameaçadores. É um medo cíclico:

...motivado por situações reais conhecidas, principalmente através da mídia ou pela fala cotidiana do crime, independente da possibilidade real dele vir acontecer ou de ter sido vivenciado diretamente pela pessoa, familiares ou vizinhança. Trata-se de um medo imaginário, de algo difuso, mas que aparece como possibilidade real ao sujeito e ele passa acreditar nisso. É essa possibilidade imaginada como real - geradora de insegurança - que faz emergir um medo imaginário que conduz as pessoas a alterarem significativamente seus ritmos e a dinâmica da vida cotidiana, podendo gerar reações iguais ou mais violentas daquela imaginada. (BAIERL, 2008, p. 143).



Em função do medo que a mídia pode causar aos receptores de informação jornalística, as autoras do presente artigo observaram reportagens publicadas em dois jornais cariocas.

## O MÉTODO

A opção metodológica para a construção deste artigo foi a de análise de conteúdo, baseada no livro de Bauer e Gaskell (2011). Considerou-se a metodologia defendida por Bardin (2009), pois acreditamos ser a mais adequada para observar as referências feitas à cidade do Rio de Janeiro pelos jornais selecionados para análise.

As diferentes fases da análise de conteúdo organizam-se em torno de três pólos, conforme Bardin: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material; e, por fim, (3) o tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação (BARDIN, 2009, p. 121). Na pré-análise, as bolsistas do Lacon selecionaram reportagens conforme mencionado. Foram reunidos recortes dos jornais *O Globo* e *O Dia*, com assuntos relacionados aos megaeventos sediados na capital fluminense. Depois, restringiu-se a amostra pelo período de tempo em que dois desses eventos foram realizados, sendo 15 dias antes do primeiro até 15 dias depois do segundo evento: início – 1º de junho de 2013; término – 15 de agosto. Foram 75 dias de levantamento de dados.

A exploração do material, ou seja a segunda fase da análise, foi realizada a partir do “tom” das reportagens. Explica-se: para classificar os textos, procuramos estabelecer critérios pelo tom das notícias, a forma de receber sensações transmitidas pelas reportagens analisadas. Para tanto, classificamos em notícias positivas, negativas ou neutras. Como notícias positivas, buscamos associar àquelas com aspectos que tornam a imagem da cidade melhor. Aquelas que transmitem valores positivos, favoráveis, ao Rio de Janeiro. Já notícias negativas são desanimadoras, que transmitem, portanto, aspectos desfavoráveis, prejudiciais à imagem da cidade.

Porém, surgiram leituras de reportagens que abordam os megaeventos e os diversos aspectos relacionados a eles, mas que não se classificam como positivas ou negativas. São os relatos de fatos como devem mesmo ser notícias. Desta forma, quando a leitura não remeteu a uma sensação positiva ou negativa frente à imagem da cidade, decidimos classificar como matérias jornalísticas com tom neutro. Cabe reforçar que trabalhamos com o conceito de notícia enquanto gênero de texto: relato de fatos, sem comentário, juízo de valor ou opinião. Assim, procuramos analisar os textos informativos de



interesse público que narra fatos interessantes e recentes relacionados aos megaeventos: preparação, realização e consequência dos eventos mundiais sediados no Brasil, em especial, que tenham tido palco na cidade do Rio de Janeiro.

## DADOS E INTERPRETAÇÃO

O Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, na pesquisa que tem sido feita por meio de análise de dois jornais locais (um deles sendo de circulação nacional, *O Globo*, e o outro regional, *O Dia*), observa que a cultura da cidade não mudou de fato, a capital fluminense não deixou de ser violenta porque será sede de eventos importantes. A mudança está no valor que as autoridades locais parecem estar dando aos crimes, a eficácia em resolvê-los é maior e a mídia tem se preocupado mais em focar na parte da resolução e não mais na do ato do crime. O levantamento de notícias publicadas sobre os megaeventos começou em 2012. Mas, para o presente artigo, foi considerado um período de 15 dias antes do primeiro megaevento de 2013 retratado no texto, a Copa das Confederações, e 15 dias depois do segundo, a Jornada Mundial da Juventude. Consideramos que o que nem a mídia e nem as autoridades esperavam era que em meio à época do primeiro desses megaeventos (a Copa das Confederações) fossem registradas diversas manifestações populares – não só na cidade, mas no país inteiro. No país do futebol, emergia dos manifestantes a frase “Não vai ter Copa”<sup>5</sup>.

Ao dar início ao estudo, não se imaginava que no Brasil haveria uma onda de manifestações que mobilizou autoridades e sociedade de uma forma geral. Os episódios, originados pelas redes sociais, chamaram a atenção do público que engrossou o movimento a partir do que parecia ser apenas um protesto contra o aumento das tarifas de ônibus nas principais capitais brasileiras, sobretudo São Paulo e Rio de Janeiro. Logo, os próprios manifestantes observaram que não era “só por 20 centavos” que ocorria o movimento, mas sim devido à insatisfação política de uma forma geral. Aliás, as manifestações passaram a ser objeto deste estudo porque tinham como um dos pontos da pauta de reivindicações, protestos contra os altos custos do governo com os eventos relacionados à Copa do Mundo de 2014. Uma vez que o Lacon tem como um dos

---

<sup>5</sup> O famoso “Não vai ter Copa” é um slogan, muito mais de sentido simbólico do que prático. Podemos concordar ou discordar, achá-lo adequado ou não, certo ou irresponsável. Mas é um slogan. E está sendo espalhado por aí pela metade. Na verdade, ele completo é “Se não tiver direitos, não vai ter Copa”. (OJEDA, Igor. *No mundo onde eu cresci, protestar contra violações é ser de esquerda*. Disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/node/27274>>. Acesso em: 01 abr. 2014.



propósitos estudar megaeventos, passou a ter reportagens sobre as manifestações como partes de análise, sendo incluídas no clipping.

Quanto às manifestações, explicamos o caso com a posição de Castells (2013), na obra *Redes de indignação e esperança*. No livro, o autor afirma que os movimentos sociais não são novidades para as sociedades, que fazem parte de suas mudanças mais profundas. Contudo, é preciso muita coragem por parte dos manifestantes de ir às ruas, uma vez que os governantes detêm o poder necessário para calá-los, muitas vezes usam, inclusive, a força para fazê-lo. Para Castells, com o medo superado, a raiva assume o controle e, a partir de então, as pessoas se unem nas ruas para manifestar com o ator coletivo consciente.

Ao todo foram analisadas 288 notícias, sendo 126 de *O Globo* e 162 de *O Dia*. As bolsistas analisaram, de acordo com os critérios positivo, negativo e neutro, os títulos e *leads* das reportagens.

<b>JUNHO 2013</b>	<b><i>O Globo</i></b>	<b><i>O Dia</i></b>	<b>Total</b>
<b>Positivo</b>	10	20	30
<b>Negativo</b>	22	18	40
<b>Neutro</b>	4	3	7
<b>Total de junho</b>	<b>36</b>	<b>41</b>	<b>77</b>
<b>JULHO 2013</b>	<b><i>O Globo</i></b>	<b><i>O Dia</i></b>	<b>Total</b>
<b>Positivo</b>	27	22	49
<b>Negativo</b>	33	50	83
<b>Neutro</b>	22	40 (JMJ)	62
<b>Total de julho</b>	<b>82</b>	<b>112</b>	<b>194</b>
<b>AGOSTO 2013</b>	<b><i>O Globo</i></b>	<b><i>O Dia</i></b>	<b>Total</b>
<b>Positivo</b>	4	3	7
<b>Negativo</b>	3	2	5
<b>Neutro</b>	1	4	5
<b>Total de agosto</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>17</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>126</b>	<b>162</b>	<b>288</b>

**Tabela 1.** Das reportagens analisadas entre 1º de junho e 15 de agosto de 2013

Fonte: FORT, Mônica e NOLASCO, Rebeca.

Como aspectos positivos, destacam exemplos como treinamento de policiais para atuação nos megaeventos, preparo da cidade para sediar a Copa das Confederações e a Jornada Mundial da Juventude, a expectativa de fiéis em receber o Papa Francisco. Como negativo, a falta de preparo no que tange os transportes para receber grandes eventos, notícias a respeito da violência, que se intensificaram após o início das





manifestações de junho que tinham, entre outros itens da pauta de protestos, pedidos para que o Brasil não sediasse a Copa do Mundo. Foram classificadas como neutras as notícias que abordavam a cidade e os eventos, mas sem destacar valores positivos ou negativos que possam influenciar a imagem da cidade, reportagens sobre os treinos da seleção brasileira, os resultados das partidas, a fé das pessoas que acompanharam a JMJ. Pode-se observar que nos mês de junho o jornal *O Globo* deu mais destaque às notícias negativas para a imagem do Rio de Janeiro do que as positivas. Isso aconteceu em decorrência as manifestações ocorridas nesse mês. As notícias positivas foram as relacionadas aos treinamentos das forças armadas para a segurança durante os megaeventos que viriam a ser realizados na cidade. Cabe ressaltar que foram publicadas antes da onda de protestos populares. Vale ressaltar que o tom do jornal, no início, é pejorativo em relação aos protestos, focando nas depredações e violência promovidas por parte dos manifestantes. Com o passar do tempo e, consideramos, a intensificação da comoção social que atraiu às passeatas, organizadas pelas redes sociais, cada vez maior número de manifestantes, o jornal passou a utilizar um tom mais neutro, embora parte dos manifestantes passasse igualmente a adotar postura mais agressiva (ocorrências de vandalismo).



Jornal *O Globo*, 19/06/13



Jornal *O Globo*, 26/06/13



Naquele mesmo mês, o jornal *O Dia* valorizou igualmente as notícias positivas e negativas para a imagem da cidade. No que diz respeito aos aspectos positivos, destacaram-se também os treinamentos para a segurança da população e dos turistas no período dos eventos. Além disso, houve atenção também à alegria em receber a Copa das Confederações e a JMJ. A abordagem em relação às manifestações são diferentes do jornal *O Globo*, dá destaque às manifestações sem violência, retrata os abusos dos policiais, o que gera uma contradição, pois os mesmos policiais que estavam sendo treinados para promover uma melhor segurança, abusam de seus poderes para conter os protestos. As manifestações e a violência no mês de junho foram parte importante das pautas desse mês, o que gerou preocupação no Vaticano e na Fifa, como destacamos nas fotos a seguir.



Jornal *O Dia*, 20/06/13



Jornal *O Dia*, 22/06/13

Durante o mês de julho, o jornal *O Globo* acentuou a vitória da seleção brasileira, a preparação para a proteção do Papa e novamente sobre as manifestações, de maneira ainda mais neutra, perdeu o tom pejorativo, denunciando inclusive os excessos de alguns policiais. Denuncia também a falta de infraestrutura da cidade, que ficou evidenciada na JMJ, através de problemas nos transportes e na locomoção de pessoas com necessidades especiais, por exemplo. Já o jornal *O Dia* noticiou mais que o dobro de notícias negativas do que positivas e, observamos, notícias neutras também. As



neutras decorrem da Jornada Mundial da Juventude, relatos sobre a fé e declarações do Papa Francisco são as principais notícias. Aborda também a questão da segurança do Papa, contudo o enfoque que dá ao despreparo da cidade é maior. Aponta que tem muito a melhorar para a Copa, conforme recorte.



Jornal *O Globo*, 24/07/13



Jornal *O Dia*, 28/07/14

O levantamento de notícias relacionadas aos temas centrais do presente texto, durante o mês de agosto, foi pouco relevante à pesquisa, afinal, os eventos já tinham acabado. Os dois jornais destacaram que muitos peregrinos viraram turistas e estenderam sua estadia na cidade para continuar conhecendo a capital fluminense. Um assunto recorrente durante o período da pesquisa foram as obras que estavam sendo realizadas para os megaeventos, em especial a obra do Maracanã, que teve atraso e aumento no valor do orçamento inicial. Assuntos que estavam em pauta durante as manifestações, principalmente por terem sido causas da revolta dos manifestantes.

## CONSIDERAÇÕES

A imagem de uma instituição deve estar associada a valores positivos. O mal provoca o medo e a insegurança, portanto, é um valor negativo. Acreditamos que as cidades devam investir em propaganda institucional principalmente visando melhorar a imagem às vésperas de eventos que atraem um número grande de turistas, afinal é na sobreposição da informação com o entretenimento que a força motriz da publicidade se



manifesta. Os governos devem se ver como empresas, organizações que precisam ser bem apresentadas, pois a percepção do público garante a construção do imaginário coletivo. “A propaganda institucional tem como uma de suas características fortalecer e agregar valor e alma à marca da empresa”, promovendo sua aceitação como instituição pública. (FERRARI, 2010, p. 974). No entanto, não adianta investir em propaganda institucional se não houver efetividade de ações positivas. Os esforços para receber eventos internacionais de grande evidência são questionados pela população quando esta não percebe bem estar social, principalmente quanto à saúde, educação, segurança, transporte. A análise de notícias dos jornais *O Dia* e *O Globo*, antes e durante a realização de dois megaeventos no Rio de Janeiro demonstrou que a mídia estava sendo utilizada para valorizar os aspectos positivos das iniciativas para o êxito tanto da Copo das Confederações quanto à Jornada Mundial da Juventude. Esses eventos podem ser considerados experimentais à realização da Copa do Mundo e das Olimpíadas programadas para 2014 e 2016, respectivamente. Mas as manifestações organizadas pelas redes sociais demonstraram que a propaganda institucional das cidades, neste artigo exemplificada na capital fluminense, não é suficiente. As ações devem ser efetivas para que o imaginário coletivo seja positivo.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.

BAIERL, Luzia F. Medo social: dilemas cotidianos. Revista: **; ponto-e-vírgula**, 3: 138-151, 2008.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

\_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança – movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.



FERRARI, Maria Cristina. **Propaganda institucional**. In: Enciclopédia Intercom de comunicação. Volume 1 – Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

FORT, Mônica e FREITAS, Ricardo Ferreira. **Mídia e medo: representações de cidades brasileiras pela imprensa**. Artigo apresentado no II Confibercom – II Congresso Mundial de Comunicação Ibero-americana. Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2014.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LUCAS, Luciane (org.) **Media Training** – como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa. São Paulo: Summus, 2007.

MARTINEZ, Monica. **Imaginário**. In: Enciclopédia Intercom de comunicação. Volume 1 – Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

MIX, Miguel Rojas. **El imaginario: civilización y cultura del siglo XXI**. Buenos Aires (Argentina): Prometeo Libros, 2006.

ROSA, Mário. **A reputação na velocidade do pensamento**. São Paulo: Geração Editorial, 2006.