

As gangues e a imprensa

A produção de um mito nacional

Martín Sánchez-Jankowski

Universidade de Berkeley

Tradução de Ines Rosa Bueno

Publicado em: Actes de la Recherche en Sciences Sociales. Paris: nº 101-102, março 1994, p. 101-117.

*Le crime tient sans trêve le devant de la scène,
mais le criminel n'y figure que furtivement, pour y être
aussitôt remplacé.*

Albert Camus, *La Chute*, 1956

Foi no início do século 20 que as gangues apareceram no cenário urbano americano. Desde então, elas foram continuamente estigmatizadas como um “problema social” maior. O que sempre chamou a atenção da opinião pública, são as suas atividades que podemos qualificar como delituosas ou ilegais, que fazem nascer o medo e atentam contra os bens ou ameaçam as pessoas. O Estado, então, sempre empenhou meios consideráveis e cada vez maiores, para tentar erradicar o fenômeno. Entretanto, apesar destes esforços impressionantes e ininterruptos, as gangues não só persistiram mas não pararam de se expandir, particularmente nas duas últimas décadas. Como explicar este paradoxo? Por quê o empenho de tantos esforços na luta contra as gangues não produziu os resultados esperados? Esta interrogação é que esteve na origem das minhas

pesquisas sobre o fenômeno das gangues na América urbana contemporânea¹.

Dez anos de investigações avançadas sobre o assunto me levaram à conclusão de que a resposta para esta interrogação reside no fato de as gangues serem *organizações*, um dado que a maior parte dos estudos anteriores tinha desprezado. Enquanto resposta coletiva a uma situação econômica de grande penúria e de isolamento, estas organizações elaboraram estratégias racionais de sobrevivência que se aplicam tanto aos meios de aumentar seus efetivos e fazer florescer seus haveres financeiros quanto ao estabelecimento de relações com seu ambiente, quer se trate de organizações rivais, da polícia, do sistema político e da mídia. Estas relações formam um sistema de intercâmbios multiforme que se revela, em última instância, como sustentáculo da existência das gangues. O artigo a seguir se inscre-

¹ Cf. M. Sánchez-Jankowski, *Islands in the Street: Gangs in the American Society*, Berkeley e Los Angeles, University of California Press, 1991, obra em que este artigo se apóia.

ve nesse quadro conceitual e se propõe a analisar a contribuição que a mídia traz para a persistência do fenômeno das gangues urbanas americanas.

A mídia se vê, ora observadora neutra das gangues, ora sua adversária, quando na realidade ela contribui em parte para a sua sobrevivência. De fato, de todas as instituições que podem exercer uma influência sobre o fenômeno, poucas ocupam uma posição tão estratégica². Convém notar logo de início, que não são “especialistas” sobre gangues mas jornalistas das mídias ditas de “massa” que são autoridades na matéria. De modo que são a principal fonte de informação não somente do “cidadão médio”, como também dos pretensos “especialistas” responsáveis pela elaboração e realização das medidas de luta contra as gangues. Fiquei admirado ao longo das minhas investigações, quando constatei o quanto aqueles que se consideram como “experts” retiram os seus conhecimentos do fenômeno pelo menos, tanto das reportagens emitidas pelas mídias quanto dos trabalhos de pesquisa. Isto, para dizer que é indispensável elucidar o *modus vivendi* que se estabelece entre a mídia e as gangues se pretendemos entender a perenidade dessas últimas.

A maioria das pessoas — inclusive, experts — está convencida de que a cobertura pela mídia dá conta da realidade das gangues, quando ela na verdade introduz distorções tão profundas quanto sistemáticas. Estas distorções têm a ver com as exigências estruturais a partir das quais a mídia funciona, assim como a ignorância, a incompetência e as ambições profissionais dos jornalistas. As análises que seguem se apóiam em três tipos de dados: observações diretas efetuadas quando membros das gangues de New York, Boston e Los Angeles, cujas atividades eu compartilhei, foram entrevistados pela imprensa ou pela televisão; uma série de entrevistas

com jornalistas cobrindo a atualidade urbana; finalmente roteiros de programas de rádio e de televisão dedicados as gangues, assim como as gravações em vídeo de telejornais, de documentários, debates, docu-dramas, novelas como *Hill Street Blues* e filmes (*Colors, The Warriors, Fort Apache-The Bronx*) em que as gangues desempenham um papel central.

A reportagem de atualidade ou o procedimento “informativo”

Os jornais e revistas da atualidade não têm como objetivo apenas difundir notícias: eles devem também realizar lucros. Os redatores-chefes da imprensa e os produtores dos telejornais e de rádio devem coletar e selecionar informações mas devem sobretudo interessar os leitores, ouvintes ou telespectadores pela apresentação que eles fazem. No quadro competitivo, uma reportagem sobre as gangues se inscreve na rubrica de “jornalismo de rotina³” que trata de acontecimentos do dia a dia e este tratamento afeta obviamente a imagem pública das gangues. Uma tal imagem não pode ser uma representação detalhada e nuançada da realidade, em razão das exigências de programação e de tempo, além do que uma reportagem responde a um imperativo econômico preciso: suscitar no público um interesse que o leve a comprar tal jornal ou a assistir ao noticiário numa determinada rede de rádio ou de televisão ao invés das outras.

As gangues só são notícia quando estão implicadas em um acontecimento particularmente sensacional. Pela sua própria natureza, os jornais e as informações de televisão não podem tratar a “notícia” de forma exaustiva (diga o que disser o *New York Times*, cujo lema é — “*All the news that’s to print*”: *Todas as notícias que merecem ser impres-*

² Vigil e Hagedorn abordam as mídias mas sem analisar suas relações com as gangues. Ambos se contentam em sublinhar a imagem negativa que elas veiculam destas últimas. Ver Hagedorn, *People and Folks*, 23-24, 156; e Vigil, *Barrio Gangs*, P. 40, 124.

³ Todd Gitlin usa a expressão “jornalismo de rotina” em *The Whole World is Watching: Mass Media and Unmaking of the New Left*, Berkeley, University of California Press, 1980. P.4.

sas). Para merecer algumas colunas na rubrica das notícias populares ou alguns minutos no jornal da noite, uma gangue deve cometer um ato fora do comum: para ser mais claro, é preciso que tenha se tornado culpada de ações violentas ou criminosas. E quanto mais violento o crime cometido, mais chances ele tem de ser escalado no noticiário do dia. Deste modo, os telejornais e as rádios assim como os jornais de informações estão a toda hora em busca de acontecimentos “captadores de interesse” para agarrar e tornar fiel seu público. As violências e os crimes que implicam gangues são, neste aspecto, assuntos cobiçados. De fato, eles estimulam a curiosidade do público e poupam aos jornalistas inúmeras dificuldades técnicas com que costumam se deparar. Por exemplo, os repórteres têm o hábito de apresentar os principais acontecimentos do dia como fatos comprovados. Entretanto, na maioria dos incidentes ligados a gangues, esta pressuposição é errada. Nas três cidades estudadas (Los Angeles, New York e Boston), um grande número de notícias populares violentas é regularmente apresentado como “crimes envolvendo gangues” (*gang-related crime*), quando na maioria dos casos, o que é apresentado ao público como “verdade” dos acontecimentos, não tem absolutamente nenhum fundamento. Quando experts (em geral policiais) são interrogados para comentar o incidente em questão, eles sempre o fazem com termos cautelosos, usando expressões como “achamos que este crime tem a ver com gangues”. Neste caso, o setor de informação pode atribuir o ocorrido que, ele tem a certeza, será do agrado do público, a ação de uma gangue sem ter de identificar nominalmente a pessoa ou grupo presumidamente responsável pelo crime. Um caso de gangues é, por natureza, um produto midiático ideal: cativa o público sem realmente pôr em jogo a responsabilidade do jornalista. O repórter de uma rede de televisão de New York explica: “Fazer uma matéria sobre as gangues, é a panacéia para um jornalista e para a sua rede de informação. (...) Em primeiro lugar, já que só se cobrem as histórias de gangues quando há crime ou violência, é mais fácil determinar quem é o culpado: pode se

acusar um grupo, e não uma pessoa em particular. É mais fácil identificar um grupo do que tentar remontar até um indivíduo: e isto permite que todo o mundo tenha folga! (...) Todo o mundo ganha tempo e a reportagem é válida assim mesmo. Em uma palavra, a rede consegue um ótimo “furo” sem muito trabalho. Além do mais, a vantagem, quando dizem que o culpado é uma gangue, é que ninguém precisa se fazer perguntas: porque ao acusar um indivíduo particular, corre se o risco de prejudicar as suas chances de ter um processo justo.”

É assim que muitos crimes são abusivamente estigmatizados como “envolvendo gangues”. Em muitos casos precisos que eu estudei, o erro era porque o jornalista ignorava a existência de outros tipos de crimes coletivos, como os cometidos pelas *crews*, estas equipes de três a cinco pessoas que se associam apenas para o tempo de um assalto. Da mesma forma, quando um jovem comete um crime a título individual, independentemente da gangue à qual se alega que ele faz parte, é incorreto e abusivo falar em “crime de gangue”. E quando este tipo de erro ocorre, os jornalistas e os órgãos de informação não correm o risco de ser criticados, já que o público desconhece que o crime relatado foi cometido por um grupo que não tem, nem a estrutura nem o modo de funcionamento específico da gangue. Aquilo que um jornalista de um diário de New York reconhece: “Era uma série de assaltos durante os quais muitas pessoas levaram tiros. Quando cheguei no lugar para fazer a cobertura dos acontecimentos, fiz a minha investigação e descobri que os ladrões eram pelo menos seis. Então, fiz a minha matéria dizendo que as vítimas tinham sido agredidas e roubadas por uma “gangue”. Mas de fato, pouco depois, compreendi que os ladrões não tinham nada a ver com uma gangue: eles formavam, o que, na periferia, se chama uma “equipe” (*crews*). Em outras circunstâncias, ficaria muito aborrecido de ter cometido tamanho erro na minha matéria. Mas lá não, já que ninguém não está nem aí. Você acha que o público quer saber se estes caras formavam uma gangue no sentido estrito da palavra? Claro que não! O que importa para eles é que alguém

foi assaltado e roubado por um bando de vagabundos e foi o que eu escrevi... Aliás, meus padrões se lixam para o meu erro, já que, de qualquer forma, esta história agradou aos leitores; além disso, eles sempre têm a desculpa de poder dizer que tudo isto tinha um pouco a ver com uma gangue.”

Na verdade, os contatos diretos entre os jornalistas que produzem a “notícia” e os membros de gangues são extremamente limitados. De uma maneira geral, estes não interrogam os jovens das gangues no momento de cada acontecimento, simplesmente porque não têm tempo material para isto. Eles têm prazos para cumprir, que os impedem de localizar o ou aos membros da gangue incriminada e estabelecer com eles o clima de confiança indispensável a uma boa cooperação⁴. Aliás, a maioria dos jornalistas considera este procedimento como inútil e supérfluo. E, de fato, o número de encontros entre um jornalista e as gangues com que trabalha varia entre nenhum, no caso dos apresentadores de programas de televisão e alguns no máximo, o caso dos repórteres da imprensa. É por esta razão que os jornalistas se contentam com as informações sobre as gangues vindas da polícia, como o admite um jornalista que trabalha em um diário de New York: “De fato, quase nunca encontrei as gangues das quais eu falo nas minhas reportagens, nunca precisei realmente disso, já que se tratava sempre de casos de homicídio. Os comentários da polícia eram, portanto, amplamente suficientes. Você entende, eu não escrevia matérias de fundo: não é o que o redator-chefe queria de mim. Tudo o que eles queriam de mim era que eu escrevesse uma matéria sobre um acontecimento interessante e que o produza a tempo.”

A reportagem de fundo ou o método “explicativo”

Dada a extrema raridade dos contatos entre as gangues e os jornalistas que trabalham para as emis-

⁴ Ver Gitlin, *The Whole World is Watching*, p.35, sobre a importância dos prazos na simplificação das reportagens.

soras e a imprensa diária, não é de admirar que as notícias não ofereçam praticamente nenhum dado de fundo sobre o fenômeno, quando não fornecem delas dados inexatos e enganadores. As reportagens sobre os casos de gangues têm, não obstante, uma função muito útil para a mídia como um meio cômodo de atrair a atenção e cativar o público⁵. Os produtores de programas de televisão sabem que para segurar o público é preciso produzir jornais variados e movimentados⁶. Da mesma maneira, os diretores de diários e de revistas procuram atrair leitores com manchetes, capas e títulos chamativos⁷. Mas os produtores e diretores de jornais são também conscientes dos limites do procedimento puramente “informativo”. Eles se esforçam, portanto, para capitalizar em cima do desejo de explicações complementares despertado no público pelas informações factuais, para oferecer artigos ditos de “fundo”, reportagens longa metragem e documentários que alegam tratar de forma mais profunda os acontecimentos relatados de maneira muito sucinta no noticiário do dia. O objeto declarado deste segundo procedimento, que eu chamarei “explicativo”, é uma compreensão em profundidade da natureza das gangues. Em matéria de televisão, a grande referência é o documentário realizado nos anos 50 por Edward R. Murrow para a CBS, intitulado *Who Killed Michael Farmer?* É muito citado nas universidades como paradigma do gênero e todos os jornalistas que, desde então, fizeram filmes sobre gangues se inspiraram nele. Neste trabalho, Murrow trata de um incidente violento que fez muito barulho na época, a morte de um jovem deficiente nas mãos de uma gangue do Bronx na cidade de New York, cujas causas ele tenta trazer à luz do dia

⁵ É claro que as gangues não são o único tema que serve para “prender” leitores, ouvintes ou telespectadores ao noticiário.

⁶ Ver Herbert J. Gans, *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, New York Random house, 1980,p.218.

⁷ *Ibid.*, p. 219.

para esclarecer o grande público a respeito do fenômeno mais geral das gangues na América⁸.

A comparação entre o documentário de Murrow e dos recentes programas como *Our Children: The Next Generation* de Dan Medina, *48 hours: on gang street* de Dan Rather (o famoso apresentador do jornal da noite da CBS nos EUA), ou *Not my kid* de Tyne Daly, produzido em 1989, revela que todos usam as mesmas técnicas de apresentação inovadas por Murrow⁹. Após ter lembrado os detalhes de uma notícia popular que fez derramar muita tinta nas manchetes, cada um traz informações sobre o contexto e as circunstâncias ambientes, para produzir uma análise de maior alcance sobre as gangues. No caso de Murrow, a notícia inicial é um incidente isolado, o homicídio de Michael Farmer; no de Dan Medina e de Dan Rather, são duas séries de crimes provocadas por confrontos coletivos entre muitas gangues de Los Angeles. Cada um destes eventos teve a cobertura de jornais da noite antes de se tornar o suporte de uma investigação mais completa que procura acima de tudo cativar e comover o público.

O documentário de Murrow é inegavelmente um filme que enche os olhos: a lembrança das circunstâncias que levaram à morte trágica de Michael é entrecortada pela narrativa da história pessoal de seus agressores assim como pelas reações dos pais do jovem deficiente num tom que alterna

⁸ Embora Murrow e Yablonsky (na sua obra *The Violent Gang*) usem o mesmo incidente para analisar o fenômeno das gangues, eles chegam a conclusões diametralmente opostas. É possível pensar que é porque um deles é um sociólogo de profissão (Yablonsky) e o outro um jornalista persistente (Murrow) e que Yablonsky tem por esta razão mais chances de estar certo, por causa da sua formação. Não é nada disto: minhas pesquisas sobre este caso me levam a crer que as conclusões de Murrow estão mais próximas da realidade das gangues e do encadeamento dos eventos que conduziram efetivamente à morte de Michael Farmer

⁹ No meio de uma gama de documentários dedicados a gangues, escolhi centrar nestes três programas por serem típicos do método “explicativo” com destino ao grande público.

emoção e suspense. Mas, embora com perfeito domínio no plano da forma, o famoso documentário sofre, no fundo, enormes lacunas. As informações fornecidas esclarecem alguns dos fatores que podem ter influenciado os autores do crime mas que não dizem quase nada sobre a gangue em si, a não ser que Michael foi a vítima inocente de uma luta intestina entre seus membros. Nada é dito, notadamente, sobre o modo de organização e os comportamentos específicos de uma gangue urbana. E à pergunta inicial, “quem matou Michael Farmer?”, Murrow se contenta em responder *in fine* que foi a sociedade a responsável na medida em que permanece cega e insensível perante as condições socio-econômicas opressivas que levam os jovens dos bairros pobres a formar grupos suscetíveis de agredir pessoas. Uma resposta destas só faz reforçar a idéia comum de que as gangues são hordas de predadores, lobos ou hienas, famintos e violentos. O espectador, a quem ninguém propõe nenhuma análise séria da gangue enquanto tal, não pode, portanto, captar a relação entre a gangue como organização e a criminalidade juvenil.

Os programas de Rather e Medina diferem do de Murrow na maneira de se articular em torno de assassinatos em série atribuídos a várias gangues de Los Angeles. Como o filme de Murrow, eles relatam a vida dos membros das gangues incriminadas e suas atividades e utilizam, para manter o interesse e o ritmo do programa, cenas comoventes contando a vida das vítimas. Entretanto, há trinta anos de distância, eles parecem notavelmente próximos da reportagem de Murrow e só fornecem mesmo breves comentários e lugares comuns sobre a vida das gangues. Isto se explica pelos imperativos técnicos, profissionais e comerciais que guiam a escolha e a apresentação dos “casos” considerados dignos de serem documentados pela mídia.

As exigências do trabalho de jornalista

Exigências inerentes ao processo de produção jornalística explicam em parte as semelhanças que se observam entre os diferentes programas de tele-

visão dedicados às gangues. Estas contingências foram analisadas detalhadamente por Herbert Gans¹⁰; eu me limitarei aqui a desenvolver as que se aplicam especificamente aos documentários de Morrow, Rather e Medina.

A primeira das contingências que pesam sobre o trabalho dos jornalistas é o que os próprios chamam de “importância do caso” (story suitability), isto é, se ele é suscetível de interessar o país inteiro ou, pelo contrário, se só merece a atenção em um perímetro local e regional. Nenhuma das reportagens sobre as gangues faz a comparação entre diferentes cidades dos EUA mas todas usam diversos procedimentos para lhes dar um alcance nacional. A primeira receita usada em todos os programas de televisão consiste na exploração do tema da violência. Em cada um dos documentários citados, o jornalista insiste no fato de que a violência das gangues é onipresente em todas as grandes cidades dos USA e prossegue afirmando que “em nenhum lugar, esta violência só está presente em X”, justamente a cidade em que se situa a reportagem. O documentário é feito para permitir que os espectadores entendam a violência que assola o seu próprio bairro através dos exemplos, aliás, extremos de New York e de Los Angeles. E é a idéia de violência que permite aqui, alargar o alcance da reportagem no país inteiro. Outro método visando a produção deste efeito de generalização é a exploração emocional da dor das vítimas da criminalidade das gangues e de sua família. O que permite que Dan Rather e Tyne Daly concluam ambos seu programa (*48 hours* e *Not my kid*) com a idéia de que “não é um problema que concerne apenas aos habitantes de Los Angeles: é um problema que concerne a todos nós”. Assim, eles mesmos trazem uma resposta afirmativa a pergunta que todo jornalista de profissão deve se fazer nos EUA: será que a minha reportagem vai interessar a sociedade toda? — enquanto que o conteúdo de seus documentários, desprovidos de todos os dados comparativos, não estabelece rigorosa-

mente nenhuma relação entre o que acontece em Los Angeles e no resto do país.

A segunda regra que condiciona a produção de tais documentários é o “imperativo do inédito”. Antes mesmo de começar o seu trabalho, os jornalistas precisam se perguntar se ele traz alguma novidade: se falharem neste item, os seus superiores lhes chamarão logo a atenção sobre este ponto. É, portanto, preciso ou selecionar um assunto totalmente novo, ou encontrar uma nova luz para um tema que já foi tratado. É por esta razão que todas as reportagens sobre as gangues são variações, muitas vezes forçadas, sobre um mesmo tema.

A terceira pergunta que um jornalista deve se fazer é a de saber se uma reportagem contém bastante “ação”. No jargão jornalístico, “ação” significa na verdade, emoção. Todas as reportagens sobre as gangues redobram esforços para gerar a emoção nos telespectadores mostrando-lhes pessoas que são elas mesmas absolutamente transtornadas. Para criar “ação”, os jornalistas apelam para dois tipos de registros, o da violência e o das emoções, como a tristeza e a cólera que a morte ocasiona. É por esta razão que as reportagens sempre contêm cenas de violência entre as gangues cuja finalidade não é tão somente a de descrever o dia a dia nos bairros pobres e operários quanto a de fornecer “ação”, este ingrediente indispensável à produção de uma “boa” reportagem.

A quarta regra tem a ver com o “ritmo”. Um dos credos dos profissionais da notícia é que o ritmo de um programa deve ser controlado, para que o interesse do telespectador não relaxe nunca. Esta exigência é particularmente evidente nos programas citados acima. Assim, eles só dão um espaço extremamente reduzido aos comentários pessoais dos protagonistas entrevistados já que é muito sabido que este tipo de comentários “quebra” o ritmo do programa, e passam muito rapidamente de um aspecto da vida das gangues para outro, tendo como resultado que nenhum destes aspectos é suficientemente desenvolvido para permitir o menor esclarecimento sobre o fenômeno. Por exemplo, no documentário de televisão, *Our Children: The Next*

¹⁰ Ibid., p. 146 -181.

Generation, Dan Medina diz notadamente: “A violência na rua se tornou um esporte para alguns.” Seguem curtíssimas cenas violentas de apenas alguns segundos, após o quê ele acrescenta: “A violência é um excitante e é também o maior sustentáculo das gangues da região de Los Angeles”, se referindo à excitação da ação violenta como catalizador das gangues. E neste passo, ele sugere três outros fatores que levariam os jovens a se juntar a gangues, a saber o status social, o dinheiro e as mulheres, sem a menor explicação nem prova, embora o status social, o dinheiro e as mulheres se encontrem amalgamados na idéia de violência.

Quinta exigência: a “clareza” da reportagem. Os jornalistas consideram que seu trabalho deve poder ser entendido por todo o público embora seus comentários se reduzam ao estritamente necessário, a ponto de, às vezes, tirar todo o significado de suas palavras. É também muito comum um jornalista que dialoga com os membros de uma gangue obrigá-los a transformar suas palavras para simplificá-las. É o caso de um jornalista entrevistando um membro de gangue de New York sobre as razões que levavam a sua gangue a se enfrentar com outra. O rapaz, chamado Nimble, respondeu que muitos fatores explicavam este conflito e começa a enumerá-los. Mas ele ainda não havia terminado o terceiro quando o jornalista o cortou: “Na verdade, o que você quer dizer é que é um problema de território.” No que Nimble respondeu: “Bem, se você quiser, mas é mais complicado do que isto...” O jornalista o interrompeu então, outra vez: “Mas, falando simplesmente, é o que você quer dizer.” E Nimble assentiu: “É, se você quer realmente simplificar, então sim, suponho que é isto.” Mas quando o repórter se foi, o jovem declarou: “Suponho que ele quer que as pessoas entendam; mas, p..., não tem mais jeito de eles entenderem agora! Mas se é o que ele quer, f...-se!”

A sexta exigência que pesa no trabalho jornalístico recomenda uma reportagem “equilibrada”, isto é, que mostre diversidade mas também igualdade na escolha das matérias e na expressão das orientações políticas. O que se traduz nos programas dedi-

cados às gangues, por um esforço visando apresentar aspectos muito diversificados da vida das gangues, oferecendo ao mesmo tempo diferentes perspectivas sobre cada uma delas. Se esta intenção parece *a priori* louvável, e deontologicamente defensável, ela só leva, na verdade, a análises extremamente pobres e sucintas que cabem, às vezes, em uma única frase. É por esta razão que esta exigência só faz reforçar a incompreensão geral que reina em torno do fenômeno das gangues. Por exemplo, no começo do documentário de televisão *Our Children: New Generation*, Medina afirma que entre as vítimas das gangues aparecem as suas famílias e ele prossegue anunciando que “são famílias que se mobilizaram contra a violência”. Pouco depois, para equilibrar as coisas, eles mostra pais que não têm nada a dizer sobre o fato dos filhos fazerem parte de uma gangue. E, como fim de programa, ele conclui dizendo que uma das causas da perenidade da violência juvenil é que as famílias não assumem suas responsabilidades. Mostrando ao mesmo tempo pais que se levantam contra as gangues e outros que parecem não preocupados, sem dar a menor explicação a respeito desta diferença, abandona-se para o público a tarefa de dar um jeito de reconciliar estes comportamentos de aparência contraditória.

O conteúdo das reportagens sobre as gangues é também submetido a exigências mais diretamente técnicas, entre as quais a mais tirânica é sem dúvida a dos prazos a serem cumpridos pelos jornalistas. A consequência mais evidente disto é que o jornalista trabalha muito pouco tempo no mesmo assunto. É, portanto, difícil e até mesmo impossível para ele juntar as informações de base, o que restringe drasticamente seu conhecimento sobre as gangues. Porém, é muito óbvio que enquanto o jornalista não tem domínio suficiente de certos aspectos fundamentais da questão, o público corre o risco de não aprender grande coisa com as suas reportagens. Os comentários deste jornalista, há seis anos em Boston, ilustram bem este dilema da atividade dos repórteres: “Estava fazendo uma matéria de fundo sobre as gangues e havia realmente todos os elementos para que a reportagem fosse um arraso. Mas eu

precisava passar muito tempo com os jovens. Gostaria de pelo menos ter podido ficar com eles, mas o meu diretor tinha prazos para cumprir e portanto eu tive de ceder também. Estava frustrado, pois sabia que precisaria de mais tempo mas não fiquei com bronca do meu chefe porque eu sei que ele mesmo estava preso na engrenagem. Mas isto não impede de reconhecer que deixei de escrever o artigo que eu poderia ter redigido.”

Uma outra exigência tem a ver com a dificuldade de acesso aos membros das gangues, problema que os jornalistas compartilham com os sociólogos. Esta dificuldade não consiste tão somente em entrar em contato com eles, pois um encontro se obtém bastante facilmente. O verdadeiro problema é ganhar a confiança dos seus membros para ser autorizado a observar diretamente o conjunto das atividades da gangue e a recolher as confidências dos jovens implicados. Salvo exceção, os jornalistas não são aceitos no seio das gangues e não têm portanto acesso à sua vida externa e muito menos à vida interna — as idéias, os sentimentos e as aspirações — de seus membros. Mas este problema não parece, de maneira algum, incomodar os jornalistas: eles produzem apesar de tudo suas reportagens compensando a sua própria carência de informações diretas tomando emprestado os comentários de outras análises, geralmente dos sociólogos e dos criminologistas, o que cria um sério problema de qualidade do nível das informações fornecidas no programa. Para preencher as lacunas de suas reportagens, os jornalistas confiam no que já foi dito antes deles sobre o assunto¹¹, o que faz com que os estereótipos os mais comuns sobre as gangues não parem de se reproduzir e se reforçar.

A terceira dificuldade técnica tem a ver com a formação dos jornalistas. Quase todos aqueles que fazem reportagens de fundo sobre as gangues am-

bicionam produzir um diagnóstico de caráter sociológico. Mas nenhum deles tem a formação requerida nem as ferramentas necessárias para este tipo de abordagem. A maioria dos jornalistas é, aliás, consciente disto e reconhece até um certo embaraço. Para dar o troco, eles muitas vezes pedem para pretensos especialistas comentarem os aspectos do assunto a respeito dos quais eles mesmos se sentem os mais incompetentes. Infelizmente, acontece que pedem aos especialistas para discutirem um aspecto da vida das gangues que foi relatado ao jornalista ou que ele viu, mas que o especialista mesmo não observou. Ou, ainda, pergunta-se aos especialistas sobre um assunto fora das suas competências, ou que ele estudou há tanto tempo que suas observações são completamente obsoletas. Isto é o que costuma acontecer quando o jornalista não consegue convidar o especialista desejado para o seu programa e se vê obrigado a substituí-lo, de improviso, por uma pessoa menos competente porém mais disponível. Mais uma vez, o resultado é que a análise dos pretensos especialistas repousa menos sobre dados atuais do que sobre imagens repetidas.

A quarta dificuldade técnica é a da extensão imposta ao programa ou ao artigo. Os jornalistas sempre podem sonhar em não ter nenhum limite neste caso, mas a realidade profissional é completamente diferente. E estas exigências de duração e de extensão afetam diretamente tanto a profundidade quanto a qualidade da reportagem. Isto, de fato, obriga os jornalistas a fazerem uma escolha entre os diferentes aspectos do assunto que eles vão tratar e a decidir sobre o tempo a dedicar a cada um deles¹². Aí vem notadamente o problema de como saber usar os comentários dos especialistas. Muitas vezes, o jornalista pressiona o especialista a responder muito brevemente a suas perguntas e com termos diferentes dos que ele gostaria de usar, como estes repórter que eu pude ver perguntar a especia-

¹¹ Usar observações feitas por outrem não acontece sem riscos, dos quais os dois principais são que estas observações sejam falsas ou sem pertinência no contexto em que são trazidas.

¹² Estas decisões são elas mesmas fortemente determinadas pelo que a profissão tem costume de considerar como uma boa reportagem (clara, comedida, equilibrada, etc.).

listas: “E o senhor, a sua “linha” (your take) sobre a violência das gangues, qual é?”. O especialista, seguro após vários anos de reflexão sobre o assunto, se prepara para se lançar numa explicação bastante longa mas é imediatamente interrompido pelo jornalista que exige uma resposta precipitada. Vi, até, um jornalista explicar a um expert que sua teoria devia ser falha, já que não conseguia expressá-la em poucas palavras. Nos casos em que o jornalista deixa o especialista se expressar à vontade, sua intervenção será pura e simplesmente reduzida ou suprimida na hora da montagem. Resumindo, as exigências de tempo, de espaço e de formação ditam, para uma boa parte, o conteúdo das reportagens sobre as gangues e as explicações que dão para justificar a sua multiplicação.

Interesses profissionais e pressões comerciais

Ambições profissionais e pressões comerciais são o último elemento que explica a perceptível similitude dos programas dedicados às gangues. Mostrou-se que as gangues são invariavelmente associadas aos temas do crime, do sexo e da violência e que são envoltas por uma atmosfera sulfúrica que mistura sinistro e mistério. Estes clichés que a mídia contribuiu para criar, são aqueles mesmos sucetíveis de atrair um grande público. As gangues representam portanto para os jornalistas um assunto — ou, para ser mais preciso, um produto — de destaque que pode, além do mais, se revelar particularmente eficaz para ganhar dinheiro, prestígio e poder. Explorar estes clichés, limitando-se a adotar um ângulo novo para apresentá-los, tornou-se um dos meios mais concorridos para fazer carreira na mídia.

Os jornalistas estão convencidos de que uma boa reportagem sobre as gangues pode realçar o seu prestígio no seio da profissão e, por conseguinte, no seu próprio jornal ou rede de televisão ou rádio. Eles esperam firmemente conseguir graças às gangues um cargo mais importante com responsabilidades ampliadas assim como um salário mais generoso. Um jornalista, há pouco tempo, em Los Angeles, no

momento da entrevista, afirmou sem constrangimento: “É claro que quero fazer uma reportagem sobre as gangues. Muito francamente, é um ótimo assunto para se trabalhar porque continua havendo violência e crimes nos casos de gangues e é exatamente com isto que o público sonha. É realmente o tipo de matéria ideal para um jovem jornalista como eu, pois se eu conseguisse fazer uma reportagem sobre as gangues, tenho certeza que teria muito a ganhar. (...) O que eu espero de uma boa reportagem é que me faça ganhar o respeito de meus colegas, e que me faça conseguir outros programas; e também espero que me permita ganhar muito dinheiro. Um jovem jornalista tem uma tremenda necessidade de uma ou de duas boas reportagens destas para lançar a sua carreira.” Um outro jornalista em New York há muitos anos, explica também o interesse de tais reportagens: “Você me pergunta por quê eu quero fazer esta reportagem sobre as gangues? Na verdade, não é muito complicado no meu caso. As gangues são um problema muito grave nas cidades americanas e sempre foi assim porque os grupos representam uma ameaça para o americano médio. Escolhendo um assunto que sempre costuma ser a notícia destes últimos tempos, eu posso provar a mim mesmo que ainda estou por dentro. Seriamente, se eu me encarrego de uma reportagem difícil sobre um assunto importante que interessa para todo o mundo, eu sei que vou conservar a estima profissional que eu adquiri em todos estes anos aos olhos de meus colegas. E se eu conseguisse dar uma visão nova das gangues ou de um outro assunto tão explosivo quanto esse, eu ganharia ainda mais respeito e prestígio na profissão, e isto, não me desagradaria.”

Todos os jornalistas que eu encontrei, assim como os que eu interroguei durante as entrevistas formais e com quem tive a oportunidade de discutir quando vinham entrevistar as gangues com as quais eu andava, estavam convencidos de que ao acumularem as informações necessárias, eles seriam capazes de dar uma visão nova das gangues. Porém, na maioria dos casos, os seus projetos não tinham nada de muito novo, a não ser aos seus

próprios olhos. Alguns até confessaram que outros que haviam trabalhado sobre o tema tinham avisado que sua abordagem não era original; mas, ao discutir comigo, eles não davam a mínima para estas advertências e continuavam falando como se tivessem efetivamente uma concepção revolucionária do problema para vender ao seu diretor ou produtor. As declarações deste jornalista ilustram bem esta atitude: “Dois colegas me disseram que a minha matéria sobre as gangues já tinha sido feita, francamente, não acredito que seja exatamente a mesma coisa. Passei muito tempo nesta reportagem e acho que vou poder convencer o redator-chefe de que é algo inédito”.

O que os jornalistas consideram ou teimam em considerar como uma apresentação “inovadora” só faz, geralmente, reforçar o mais comum ponto de vista sobre as gangues com todas as suas falhas. Em suma, as reportagens de fundo difundidas sobre as gangues pelas revistas, jornais ou pela televisão só se aproveitam do interesse criado pelo noticiário para faturar, se apresentando como análises aprofundadas do assunto. É porém, raro que permitam uma melhor compreensão do fenômeno. Isto é devido ao fato deles nem procurarem compreender o que são realmente as gangues. Sob a cobertura da investigação “explicativa”, na verdade, escondem-se objetivos essencialmente profissionais e comerciais. E este tipo de reportagem reforça uma imagem das gangues que deve menos à realidade do que aos mitos que as envolvem.

As gangues como assunto de diversão

Os debates de televisão e os filmes marcam uma etapa suplementar — e uma escalada — na exploração midiática do interesse do grande público pelas gangues. Os *talk-shows* de grande audiência na parte da tarde como *Geraldo*, *The Phil Donahue Show*, e *The Oprah Winfrey Show* se apresentam — e se vendem — como programas que, além dos debates que alegam promover sobre diferentes “problemas da sociedade” vistos através das situações individuais, têm como grande ambição a

de revelar “o aspecto humano” de cada história, destacando as atitudes e as emoções dos participantes¹³. Estas emissões são retiradas das programações sempre que elas deixam de ter uma alta taxa de audiência. É por esta razão que elas privilegiam todos os assuntos considerados como os mais “chamativos” junto ao público da tarde. Porém, o fenômeno das gangues é o próprio tipo de assunto que estimula o interesse dos telespectadores, sobretudo quando é tratado com um sensacionalismo desmedido.

Um *talk-show* destes é sempre aberto com uma apresentação do assunto pelo animador que dá o tom do programa, usando termos e imagens estereotipados e alarmistas. No caso das gangues, uma frase de introdução basta para dramatizar o problema. O apresentador lembra algum incidente violento notório que implique uma ou mais gangues, cita diversas estimativas da amplitude do fenômeno pelos experts e salienta a extrema gravidade da situação. Ele diz o número de vítimas inocentes desta manifestações de violência, particularmente entre as pessoas que não residem nos bairros pobres assolados pelas gangues. Como estes programas apresentam um assunto diferente a cada dia (ou seja, cinco assuntos por semana), eles só têm pouco tempo para dedicar às pesquisas necessárias a cada tema. Mas em compensação, eles juntam no palco “experts” ou pretensos experts na matéria, a quem

¹³ [Nota do tradutor] Estes programas diários, animados por um apresentador-astro (como Geraldo Rivera, Phil Donahue, e Oprah Winfrey, que emprestam o seu patronímio ao programa) que conduz uma discussão personalizada de alto teor emocional em volta de um tema selecionado pelo seu impacto midiático (os temas giram invariavelmente em torno de dinheiro, amor, sexualidade e imoralidade) junta, ao vivo, no palco pessoas que viveram tal situação extrema para ilustrar o tema do dia, representantes de associações envolvidas e diversos experts (geralmente psicólogos e profissões paramédicas, devidamente certificados por seus diplomas) que supõem sugerir alguma terapia individual como solução do dilema discutido. A participação ativa e barulhenta da platéia, que aplaude, apita e ovaciona os debatedores, é ativamente encorajada pelo animador, assim como as tomadas de posição definitivas e irreconciliáveis.

se pede comentários sobre o que for dito ao longo do programa pelos convidados ou pelo público¹⁴.

O apresentador manipula seus convidados para que o debate seja o mais ágil possível; ele limita as intervenções de cada um a algumas frases que ele utiliza como ponto de partida daquilo que é ou vai realmente ser o coração e a razão de ser do programa: as interações múltiplas e rápidas entre o animador, os convidados, o público do estúdio, e os telespectadores. Durante as emissões dedicadas às gangues, chovem as perguntas de senso comum tais como: Por quê eles são tão violentos? Como fazer para tirá-los desta? etc. Porém, é obviamente impossível dar respostas um pouco complexas e completas que sejam, a estas questões em meia hora de programa (sem contar as propagandas que interrompem os debates a cada seis ou oito minutos). Até porque os muitos convidados têm todos conhecimentos e opiniões muito dispersos sobre o assunto.

O papel do apresentador face aos convidados é ressaltar as diferenças e acentuar as oposições entre os pontos de vista expostos. O objetivo é criar um debate conflituoso entre todos os participantes (sem dúvida porque se considera que é o único meio de interessar os telespectadores), e entreter a animação do programa incentivando ininterruptamente as trocas (bate-papo) entre os convidados, entre o público presente e os telespectadores, finalmente entre os convidados e o público. O apresentador assume portanto o papel do provocador para criar a polêmica entre os diferentes grupos de participantes¹⁵. Obviamente, os produtores do programa estimam que se eles conseguem “esquentar o públi-

co” do estúdio, os espectadores se empolgarão também. Porém, nos programas que estudei, mesmo que a estratégia posta em prática permita efetivamente obter debates animados, não se aprende, por assim dizer, nada sobre o fenômeno das gangues. É verdade que o procedimento e o objetivo destes programas não é buscar a compreensão, mas utilizar as gangues como suporte para vender o espetáculo das trocas (bate-papo) entre os participantes. Definitivamente, o objetivo divertimento é bem atingido mas ao preço de uma acentuação dos clichês sobre o problema das gangues.

O cinema também usa este assunto para fins recreativos e comerciais¹⁶. Entre a pletera de filmes sobre as gangues, os mais memoráveis são sem dúvida *West Side Story*, *The Warriors* e *Colors*. Cada um destes filmes descreve uma gangue de uma época diferente: *West Side Story* nos fala das gangues dos anos 50, *The Warriors* das dos anos 70 e *Colors* dos anos 80. Entretanto, apesar deste quadro temporal muito preciso, eles são notavelmente similares na sua maneira de apresentar as gangues e o seu meio ambiente. Cada um destes filmes apresenta os membros das gangues como jovens pobres, oriundos da classe operária, e que não têm nem competência nem vontade de crescer na escala social ou de se tornar cidadãos produtivos¹⁷. Fundamentalmente, são “perdedores”, mas sobretudo, perdedores com costumes primários e com comportamento violento. Eles representam tudo aquilo que a sociedade execra profundamente e sobretudo tudo aquilo que ameaça os seus valores mais sagrados. Em *Warriors* e *Colors* os princípios que guiam a conduta dos mem-

¹⁴ Falar em pretensos experts não significa que as pessoas solicitadas careçam de competência. Mas muitas vezes, sua competência não tem nada a ver com o assunto em pauta.

¹⁵ Acontece que este segundo método funciona tão bem que o apresentador se vê transbordado e paga por isto. Assim, um bate-boca violento estourou em *Geraldo* durante um programa, que colocou face a face defensores da supremacia branca e militantes afro-americanos, em que os grupos quebraram o nariz de Geraldo Rivera.

¹⁶ Podemos incluir aqui os telefilmes e as passagens de seriados que integram histórias de gangues. As telenovelas *Hill Street Blues*, *L.A. Law*, *Cagney and Lacey* e *The Mod Square* contêm todos episódios em que as gangues são destaque.

¹⁷ Outros filmes recentes como *Fort Apache-The Bronx* fazem semelhante pintura das gangues. Até os primeiros filmes sobre os *Bouvery Boys* os apresentam como coitados, metidos e sedutores apesar de tudo.

bros das gangues representam verdadeiros anátemas lançados contra a sociedade¹⁸.

Da mesma forma, os parentes dos jovens delinquentes aparecem com traços particularmente sombrios. Os pais, por exemplo, ignoram ou negligenciam suas responsabilidades face a seus filhos no descaminho. Mas são as companheiras dos membros de gangues que são, de longe, as personagens mais negativas. Estes filmes, que precisam de um mínimo de cenas de amor e de sexo para serem vendidos, apresentam as intrigas amorosas dos membros de gangues de uma maneira ao mesmo tempo sexista e racista que em nada corresponde à situação específica das gangues. As mulheres que têm qualquer tipo de relações com membros de gangues, sejam elas namoradas, amantes ou simples conhecidas, têm todas costumes suspeitos. Elas estão dispostas a cometer o adultério e até a se prostituir, ou ainda são alcoólatras ou drogadas. Esta representação é muito mais chocante porque a maioria destes filmes se concentra sobre gangues de “não brancos”, em bairros “não brancos”. Basta comparar as personagens femininas de cor e policiais brancos em *Colors* e em *Fort Apache-The Bronx*, um filme mais antigo que descreve a vida de uma comunidade particularmente pobre¹⁹. Nestes dois fil-

¹⁸ É também a mensagem de *West Side Story*, embora de maneira mais sutil: as forças do “bem” se manifestam através de Maria e Tony enquanto que o “mal” é encarnado por todos aqueles que pertencem a uma gangue, sejam eles brancos ou portoriquenhos (como mostra a célebre cena do assassinato seguido pela dor de *Maria*). A morte de Tony é tratada no filme à maneira da paixão do Cristo. O sacrifício de Tony leva os Jets e os Sharks à humanidade, quando levam juntos seu corpo para a terra, enquanto Maria chora este sacrifício como a Virgem Santa.

¹⁹ *Fort Apache The Bronx* é um filme sobre o bairro “ghetificado” do South Bronx de New York. Seu tema central é a criminalidade neste enclave pobre de New York e as tribulações dos policiais que lá trabalham; ele só trata incidentalmente das gangues. Em compensação, *Colors* está centrado sobre as atividades presumidas das gangues de Los Angeles assim como o seu meio ambiente.

mes, todas as mulheres de cor são imorais e irresponsáveis. Nos dois casos, a única mulher “não branca” apresentada como diferente das outras é justamente aquela que parece ter escapado da influência corruptora da sua comunidade. Em *Fort Apache*, é uma enfermeira portoriquenha e, em *Colors*, uma mexicana que vende sanduíches. E claro, nos dois filmes, o policial branco — Paul Newman em *Fort Apache* e Sean Penn, o marido de Madonna, em *Colors* — se apaixona pela mulher “diferente das outras”. Mas descobre-se logo durante o filme que estas duas mulheres não são nada “boas”, que a sua moralidade aparente não passa de uma máscara de hipocrisia. A enfermeira portoriquenha se revela ser uma viciada em heroína e a garçõete mexicana, uma mulher fácil que corre pelas ruas com a sua gangue latina. Elas não só são apresentadas como desleais para com seus namorados brancos, mas a maneira como elas os traem é particularmente repreensível aos olhos da moral dominante. Quando lhes é oferecida a possibilidade de sair de seus guetos e escapar da corrupção que as assola, as duas se mostram profundamente incapazes de agarrar esta oportunidade: a jovem portoriquenha se recusa a parar com a heroína e acabará morrendo de overdose; a garçõete mexicana termina com Sean Penn, que a encontrará depois nos braços de um dos membros da gangue, seu inimigo pessoal mas também e sobretudo o único negro desta gangue mexicana! O simbolismo racial é particularmente revelador em relação a isto: fazer amor com um delinquente mexicano já seria bastante imoral; mas fazê-lo com o único negro da gangue é realmente a traição suprema.

Chegamos finalmente à definição que Hollywood dá do ambiente social das gangues. Em todos estes filmes, as comunidades a que pertencem as gangues aparecem como completamente desorganizadas e completamente incontroláveis e os indivíduos que as compõem incapazes de tomar conta delas mesmas. Assim, cada filme contém várias cenas que procuram demonstrar que “esta gente” é incapaz de fazer reinar a ordem, que todos eles aspiram, sem dúvida, a mais disciplina, mas que ninguém sabe

como instaurá-la²⁰. O único meio de restabelecer a ordem é então fazer com que a polícia intervenha. A mensagem mandada ao público é que, sem a polícia (enquanto instituição cuja autoridade vem de fora da comunidade e cujo pessoal é igualmente composto de indivíduos que, em sua grande maioria não é de lá), esta comunidade afundaria no maior caos. Dito de outra forma, Hollywood representa uma situação urbana contemporânea através de uma visão colonialista das mais tradicionais: sem a polícia (exército colonial), estas comunidades pobres (países colonizados) viveriam numa desordem contínua, já que os moradores mais bem intencionados destes bairros (países pobres) não têm as competências necessárias para controlar as gangues (facções e tribos) e impedi-las de guerrear entre si. Este simbolismo colonial é tanto mais evidente e chocante quanto os recentes filmes são dedicados às gangues das comunidades de cor, à exclusão das gangues de origem europeia (italina ou irlandesa, por exemplo). A idéia definitivamente veiculada é a de que as gangues e seus próximos (ou seja o conjunto da população “não branca”) constituem e vivem em um universo profundamente imoral, em ruptura com o resto da sociedade²¹. São eles os elementos diabólicos da sociedade: verdadeiros “inimigos do interior” que ameaçam os próprios fundamentos da moral nacional²². Assim, Hollywood fez gangues e, sobretudo, gangues

“não brancas” e das suas mulheres fez agentes do mal por excelência. Hollywood criou um verdadeiro mundo imaginário com seus personagens míticos. Para responder às críticas que lhes foram feitas a este respeito, os produtores e os diretores de *Warriors*, *Fort Apache-The Bronx* e *Colors* retorquiram obviamente que seus filmes não tinham a pretensão de ser documentários mas apenas filmes de ação procurando o divertimento²³. Acontece que tais imagens se instalam no espírito do público e, na ausência de informações e análises rigorosas sobre o assunto, se tornam o prisma principal através do qual as pessoas constroem a sua própria compreensão da realidade social das gangues.

Como as gangues usam a mídia

As gangues não se impressionam nada com a mídia e a perspectiva de ser o objeto de um artigo ou de uma entrevista não os entusiasma a ponto de liberar sem reserva as informações que os jornalistas procuram obter delas. Elas estão dispostas a informar desde que seja de acordo com *suas condições*. As gangues são de fato desconfiadas dos jornalistas — como o quer o seu “individualismo desafiante” acentuado²⁴. Mas são também conscien-

²⁰ Cada um dos quatro filmes citados contém cenas deste tipo. Em *West Side Story*, há um gentil vendedor que gostaria muito de ajudar mas que é reduzido à impotência pela violência das gangues. Em *Colors*, os moradores do bairro se juntam e colaboram com a polícia para elaborar um dispositivo de defesa contra as gangues, mas o palanque desmorona durante a assembléia e a reunião afunda no caos.

²¹ Notemos que muitas obras acadêmicas de alto reconhecimento científico contribuem, talvez sem querer, para se acreditar na idéia de que os pobres teriam uma moral radicalmente diferente da que está em curso no resto da sociedade. Assim o faz Gerald Suttles, *Social Order of the Slum*, p. 4-6, 223-224.

²² Sobre a tendência que grande parte dos americanos tem de se empolgar com os demônios políticos e sociais que aterrorizam a sociedade, ler a notável obra de Michael Rogin, Ronald Reagan, *The Movie*.

²³ Este filme suscitou muitas reações críticas. *The Warriors* foi criticado até por gangues que protestaram escrevendo para a revista trimestral *Youth at Large* (revista publicada em Los Angeles pela Inner City Roundtable of Youth, Inc./ICRY organization). A sua observação se conclui com estas palavras: “No filme, parece que os jovens demônios fabricados peça por peça, exatamente como os jovens de ICRY, não têm nada de humano, nem sentimento, nem família, nem amigos, nem consciência, nem senso moral, nem ambições, nem alguma destas molas que associamos com os objetivos da existência. [...] É por esta razão que não gostamos de *Warriors*, já que *Warriors* somos nós (itálicos no original). Ver *Youth at Large*, nº 2, dezembro de 1979, p. 10 e 21. Aliás, os jovens que escreveram na revista defendem Sol Yurick, o autor do romance que inspirou o filme, ao assinalarem que o filme trai o livro.

²⁴ Sobre a noção de “individualismo desafiante” que estrutura a visão do mundo dos jovens das gangues, ver M. Sánchez-Jankowski, *Islands in the Street*, op.cit., p. 23-28.

tes do fato de que toda informação que lhes diz respeito é muito procurada e, portanto, tem valor. Todas as gangues que estudei entenderam muito bem que a mídia está sempre disposta a fazer reportagens a seu respeito desde que tenham algo de novo a lhe propor. As gangues são portanto “vendedoras” mas controlam estreitamente os fluxos de informação tanto em volume como em seu teor. Os comentários, a seguir, de três jovens membros de gangues ilustram esta consciência que elas têm da utilização estratégica que podem fazer da mídia.

Coal, 19 anos, pertence a uma gangue negra de New York City: “Era uma jornalista que queria fazer uma reportagem sobre nós. Dava para ver que ela precisava tremendamente fazê-la. Como se a carreira dela dependesse disso! Ela nos mandou um monte de mensagens pelo intermédio de M.G. (um animador social do bairro). Então, durante a reunião da gangue, falamos sobre o que íamos fazer com ela. Decidimos que a gente podia aproveitar para fazer um pouco de propaganda e, portanto, fixamos o que a gente ia passar para ela: sabe como é, quem ia falar com ela, o que a gente ia dizer para ela...Ela veio e interrogou os caras que a gente escalou. E depois respondemos o que quisemos. Ela nem entendeu o que estava acontecendo. A gente é ótima para este tipo de besteiras, eles ficam embasbacados, os jornalistas! Ela, estava toda contente mas, antes de ir embora, a gente a fez babar um pouco; falamos dois-três negócios que podiam interessá-la para que ela volte ou fale para outro jornalista e para que eles voltem”.

Bird, 18 anos, que é membro de uma gangue irlandesa de Boston, conta: “Claro, tem um monte de jornalistas que já tinha tentado fazer reportagens sobre a comunidade e sobre nós; mas a gente não queria falar com eles. E depois finalmente a gente pensou: “As suas reportagens, eles as farão de qualquer forma, então melhor dizer para eles o que a gente quer que eles digam.” Entramos nesta e rolou mais vezes. Eles faziam todo tipo de perguntas: se a gente fazia tráfico de armas para a IRA, coisas assim, mas a gente só os enrolava. Era sempre preciso que eles voltem, para saber mais e a gente só

dizia o que queria. Eles não entendiam bulhufas. E depois, de qualquer forma, a sua reportagem se encaixava bem, era chamativa, então eu acho que eles também não estavam nem aí.”

Jammer, 20 anos, é membro de uma gangue de Los Angeles. Ele acrescenta a este respeito: “Os jornalistas, eles precisam fazer boas matérias e depois, é bom dizê-lo, as gangues são um ótimo cavalo de batalha. Sabe, o lado suspeito de uma cidade, isto interessa as pessoas. Mas, estar no noticiário pode ser muito útil para nós, para muitos de nós, e também para a organização. Então, a gente dá as informações aos jornalistas, mas só que são as nossas informações. Eles obtêm o que nós queremos que eles obtenham e nada mais. A gente dá para eles um pouquinho, só para lhes dar água na boca, mas não tudo o que eles querem. Tudo isto é só armação, sabe, mas se funciona, todo mundo fica contente por que eles não entendem nada...A gente só procura fazer funcionar os nossos negócios.”

Todas as gangues que eu estudei em Los Angeles, New York e Boston entenderam o interesse que elas podem ter em serem cobertas pela mídia. Mas nem todos são capazes de organizar e aplicar estratégias tão elaboradas quanto as descritas anteriormente. Muitas vezes, as gangues que encontram dificuldades para manipular a mídia explicam isto pelo fato de alguns membros se recusarem a qualquer contato com os jornalistas. A razão deste comportamento, dizem as gangues, é que estes indivíduos temem ser identificados pelas autoridades e presos ou ainda porque não querem cooperar com a mídia que sempre os apresenta de forma negativa. De fato, estas desculpas só servem para esconder a inaptidão destas gangues para controlar suas relações com a mídia já que a sua organização e a sua estrutura estão definindo. Assim, um rapaz de 17 anos, pertencente a uma gangue de New York confessa: “Muitos jornalistas queriam entrar em contato conosco, mas a gente não dava mais entrevista para ninguém, já que muitos *brothers* (membros da gangue) não queriam que o fizéssemos. Eles diziam que não queriam a cara deles na televisão porque os policiais

poderiam reconhecer e prendê-los. Na verdade era tudo papo furado já que eles nem precisavam estar lá no momento das entrevistas. Outras gangues fazem muito bem isso... Quer saber de uma coisa, a verdadeira razão, você sabe, já que você estava lá, é que eles não queriam que o cara que é presidente agora aproveite da propaganda, porque eles tinham um outro cara em mente para substituí-lo. Mas a gente está se lixando para o motivo pois, de qualquer forma, eles conseguiram nos impedir de fazer os nossos negócios com os jornalistas.”

Um outro membro de uma gangue de Los Angeles, com 20 anos, dá razões mais próximas: “Tinha um pessoal entre nós que queria aceitar a oferta dos jornalistas de nos levar para a mídia; mas muitos chegados dos outros *kikas* (ramificações da gangue) queriam opinar na escolha daqueles que iam ser escalados para as entrevistas...Finalmente não pudemos tirar nada da mídia porque não conseguimos decidir entre nós o que fazer. A gente só ficava lá sentado e brigando um com outro. Um verdadeiro bordel e não havia chefe com bastante autoridade para acabar com aquilo. (...) Todos aqueles que estavam a favor das entrevistas disseram que as gangues estavam realmente na moda naquele momento, mas que não seria sempre assim e que a gente ia perder uma p... oportunidade para fazer a nossa propaganda; mas não adiantou nada.”

Ao longo de mais de dez anos de pesquisas de campo, nunca vi gangue nenhuma receber dinheiro da mídia como contrapartida da sua cooperação nem nunca vi um único jornalista propor um negócio desta natureza. O que leva a fazer muitas perguntas: primeiro, se as gangues não recebem dinheiro, o que é que ganham cooperando? Segundo, por que lhes parece tão importante adotar uma estratégia coletiva nas suas relações com a mídia? Para responder à primeira destas perguntas, é óbvio que as gangues tiram muitas vantagens de uma passagem no noticiário. Uma gangue que se beneficiou de uma “plataforma midiática” poderá sempre começar uma outra ramificação em um outro bairro da cidade, pois o programa terá despertado um interesse para esta gangue entre os novatos. Tomemos

como exemplo o testemunho de um membro de uma gangue de Los Angeles (21anos): “Sabe, se um pessoal de televisão faz uma reportagem sobre nós e a gente se mostra cooperativo, isto ajuda a recrutar mais membros. O que importa é saber como cooperar com eles, sabe, é legal, assim a gente faz passar as mensagens úteis. (...) Por exemplo, eles (os jornalistas) vão nos fazer perguntas e nós vamos responder dizendo coisas que dão a impressão aos caras da vizinhança de que o que fazemos é o máximo. Sabe, é assim, a gente diz coisas que o resto do mundo escuta e para eles, parece até mesmo bobo. Mas para os caras da vizinhança isto quer dizer outra coisa. Isto quer dizer que nós temos possibilidades para eles. É o poder das palavras, como quando a gente vê na tevê a propaganda do exército, sabe, quando dizem: “para alguns, ser um recruta é o início de uma carreira” ou besteiras deste tipo. A mim, de fato, esta mensagem não me interessava. Me parecia até bobo entrar no exército para aprender alguma coisa e depois fazer uma carreira. Mas têm caras que acreditam nestas besteiras. Bem, é parecido com o nosso papo: têm caras que entendem e que vêem possibilidades para eles. É assim que a coisa acontece.”

Um jovem de 18 anos que faz parte de uma gangue de New York acrescenta: “Estava vendo o noticiário na tevê quando de repente falaram das gangues. Estes *brothers* eram realmente *bad* (no jargão deles: bons, fortes, duros) e tinham algo a dizer; então eu disse para mim mesmo: “Eh! talvez eles tenham coisas interessantes para mim, estes aí”. Então decidi ir lá ver com meus próprios olhos e me juntei à gangue. (...) Não, nunca entraria neste grupo em particular, poderia ter participado de outro grupo, mas não teria escolhido este se não tivesse ouvido o que falavam no programa. Bateram na tecla certa!”

Segunda vantagem procurada pelas gangues nas suas relações com os jornalistas: uma passagem pela mídia serve para incrementar os negócios. Elas esperam de uma reportagem que as descreva como sendo mestres de um território bem definido e dispostas a usar a força, se preciso, o que é muito útil

para elas, notadamente para as suas atividades de trambique. Assim, quando entram em contato com novos clientes para propor-lhes a sua proteção, elas têm mais chances de fazer o negócio se já tiverem saído na televisão. Dos 53 pequenos comerciantes que eu entrevistei após terem aceito a proteção de uma gangue, 16 deles (ou seja 30%) me disseram ter sido influenciados (ou intimidados) por reportagens da mídia sobre as gangues. O testemunho de um proprietário de uma pequena mercearia de New York, é típico: “Eu vi um programa na tevê sobre uma gangue do bairro. Ouvi o que eles diziam, e depois a polícia falou dos crimes que esta gangue havia cometido. Então, tive um pouco de medo. E quando vieram me propor a proteção, claro que eu falei para eles que, ‘tudo bem’! Você vê, não estou neste país há muito tempo, então, não quero aborrecimentos com ninguém. E depois que eu os contrato não tenho mais problemas.”

A mídia pode também oferecer uma outra forma de propaganda às gangues ao lhes servir “páginas amarelas” da economia ilegal. Acontece realmente que alguns traficantes encontram por meio da imprensa ou da televisão o nome de grupos que poderiam lhes ser útil na produção ou na distribuição de suas mercadorias. Em um caso destes, traficantes de objetos roubados entraram em contato com determinada gangue para expandir o seu mercado ou para terceirizar algumas de suas atividades após ter notado durante uma reportagem que esta gangue controlava o bairro. Uma manobra destas permite aos traficantes evitar ou reduzir os gastos gerados pela organização e a formação de um novo grupo para uma atividade particular. Para as próprias gangues a mídia é também o meio de fazer chegar às outras gangues (ou a outros adversários eventuais) advertências contra possíveis invasões de território. É por esta razão que cada vez que uma gangue é objeto de uma reportagem, seus membros se esmeram em dar de si uma imagem particularmente impressionante. Em todas as gangues estudadas, os membros são persuadidos a se saírem bem, que a sua entrevista lhes trará no mínimo esta vantagem. Eis por exemplo

o testemunho de um jovem membro de uma gangue irlandesa de New York (18 anos): “Quando a gente dá entrevista a um jornalista, a gente faz os caras superdelirantes, a gente tenta ser realmente durão; porque, desta forma, a gente consegue fazer passar a mensagem para todos aqueles que gostariam de vir tentar um golpe no nosso bairro: se os pegarmos, seremos sem piedade, eles sabem que serão massacrados.”

Finalmente, alguns membros adotam um comportamento mais assustador ainda do que os outros durante as entrevistas na esperança de fazer reputação e de ganhar mais respeito e mais prestígio no seio da própria gangue ou, ainda, para assegurar melhor a segurança pessoal na rua²⁵: “Quando dei a entrevista para este jornalista, dei uma de doidão, saca. Disse coisas muito puxadas, mas o que eu havia planejado; porque eu queria ter uma aparência completamente pirada. Se as pessoas acreditarem que você é louco ninguém vem te encher o saco. Então eu procuro parecer o mais alucinado possível quando topo com algum jornalista, porque eu sei que ele dirá por tudo quanto é lugar para não me procurarem!” (17 anos, membro de uma gangue de Los Angeles).

Para maximizar o seu proveito midiático, 9 das 37 gangues que eu estudei elaboraram uma estratégia coletiva destinada a influenciar o conteúdo das reportagens. Mesmo que nem sempre consigam, elas sempre têm mais sucesso do que as que não têm estratégia deste tipo. E. Man, 21 anos, chefe de gangue em Los Angeles, explica: “Durante anos os jornalistas vieram nos fazer perguntas e tocar os negócios deles e a gente não lucrava nada com isto.

²⁵ No documentário *Our Children: The Next Generation*, um jovem a quem foi perguntado por quê ele pensa que a sua gangue e ele mesmo não serão atacados por outras gangues responde: “Temos 357 razões para não nos deixar chatear”, trocadilho sobre o fato de que eles têm armas calibre 357. No programa de domingo à noite da CBS, *60 minutes*, produzido por Dan Rather, um membro de uma gangue de Chicago dá um tiro em seu próprio pé para provar a sua virilidade.

Então decidimos ver se tinha jeito de tirar uma grana deles, mas eles disseram que não. Então decidimos fazer passar mensagens úteis, sabe, como ofertas de recrutamento e para dizer às pessoas onde era o nosso território. Mas foi só quando começamos a refletir realmente no que a gente queria passar e tivemos um plano do que íamos dizer e fazer com os jornalistas que conseguimos obter o que a gente queria. Mas não posso dizer que tenha funcionado todas as vezes porque, às vezes, dava certo, e depois às vezes, o jornalista, ou não sei mais quem, mudava a reportagem e nos enrolava. Mas, assim mesmo, a gente se saía melhor que estes filhos da p... (outras gangues) que só diziam o que lhes passava pela cabeça e que não tinham nenhum plano. E depois, a gente não tinha do que se queixar quando as coisas não davam sempre certo, porque de qualquer maneira, a gente ganhava uma propaganda gratuita em horários de grande audiência! Por enquanto, estamos com problemas de organização, então não é possível pensar numa estratégia midiática porque temos problemas mais urgentes. Mas assim que tivermos resolvido tudo isto, voltaremos a pensar nisso.”

Em vista das múltiplas vantagens que a mídia pode lhes trazer, as gangues desejam que esta última continue a falar delas. Elas elaboraram, por esta razão, algumas táticas que procuram estimular ou entreter o interesse da mídia. A primeira consiste em criticar o que outros jornalistas disseram sobre elas alegando que suas proposições são inexatas. Na maioria dos casos todavia, elas não põem em causa o conjunto da reportagem já que isto significaria que elas mesmas mentiram para o jornalista. Elas só mantêm que a reportagem é só parcialmente condizente com a verdade, para passar a certeza de que elas não enganaram o jornalista mas que foi este último que não soube relatar as suas palavras. Assim, elas podem iscar outros jornalistas ou outros canais interessados em voltar para refazer uma reportagem mais exata. Cada vez que um novo jornalista se apresenta, a gangue promete lhe dizer “toda a verdade” para aguçar o seu interesse. Mas, é claro, na maioria dos casos, a

gangue controla estreitamente o que é dito e o que o jornalista é autorizado a ver. Assim as gangues conservam todo o seu mistério e poderão de novo responsabilizar o repórter pela inexatidão. O testemunho de Sonic, chefe de gangue de New York de 18 anos, ilustra bem esta situação: “A gente não pode dizer tudo para eles (os jornalistas). Só podemos dizer o suficiente para manter o interesse deles, mas guardando muito mais, escondendo o jogo. Assim, quando a gente diz que a última reportagem sobre nós contém monte de erros, é verdade. Ao fazer isto, a gente se arranja para que haja sempre um outro jornalista que venha nos ver, porque todo jornalista acredita que ele é que vai fazer a melhor reportagem sobre as gangues.” De um ponto de vista de *marketing*, as gangues possuem um grande trunfo sobre os jornalistas pelo fato da cultura das ruas se transformar continuamente. As gangues, portanto, sempre têm novidades para oferecer aos jornalistas; estes poderão então vender a sua reportagem a seus diretores que, por sua vez, a venderão para um patrocinador e o grande público.

Algumas observações para concluir

Hoje como ontem, as gangues são o objeto de uma intensa atenção por parte da mídia. E entretanto, no fim da análise, o que mais choca na maneira como esta última tratou e trata o fenômeno, é a sua notável uniformidade. Dois fatores se combinam para produzir os invariantes observados na forma e no conteúdo das reportagens sobre as gangues: de um lado, os interesses profissionais e os interesses comerciais dos diversos agentes do mundo da mídia, assim como as exigências técnicas que pesam sobre eles; por outro lado, a influência deliberada que as próprias gangues exercem sobre estas reportagens para tirar proveito delas. Gangue e mídia instauraram, portanto, uma com a outra, uma relação que permite a cada uma manter o seu estatuto no seu mundo social respectivo e na sociedade. E elas reforçaram juntas o mito popular das gangues na cultura americana.

Porém, é preciso salientar que este mito é portador de uma imagem muito negativa com as conotações maléficas e perigosas. De fato, as gangues são invariavelmente apresentadas como uma ameaça física para o cidadão médio respeitador da lei e também como perigo para a moral e os valores da sociedade toda. É esta imagem, ancorada nos meios individuais e coletivos, que estimula e sustenta o interesse do público; e esta mesma imagem que reforça continuamente o lugar e o estatuto das gangues na cultura e na sociedade urbanas americanas. Embora a mídia apresente as gangues como malfazejas e destruidoras, tanto uma como outra se aproveitam de uma relação que não contribui em nada, muito pelo contrário, para eliminar o tipo de delinquência que elas encarnam. As gangues tais como aparecem na mídia, constituem um mito inesgotável, que se nutre de estereótipos culturais e de distorções comuns da realidade social. A mídia oferece uma imagem seletiva e sistematicamente deformada da atividade das gangues. Primeiro, ela insiste incessantemente sobre a violência das gangues e sobre a agressividade dos seus membros. Mas se é verdade que muitos membros de gangues se envolvem em incidentes graves, a violência não é um elemento tão fundamental da vida das gangues como a mídia dá a crer. Depois, as gangues não são um fenômeno que concerne exclusivamente comunidades negra e latina, como o sugere a imagem difundida pela mídia. Embora a sua presença seja mais marcada nos bairros pobres de gente de cor, os bairros brancos têm também, e sempre, produzido muitas gangues. Este artigo faz menção de gangues irlandesas, mas existem também gangues brancas ítalo-americanas e apalachianas. Em terceiro lugar, as comunidades pobres não são mais “desorganizadas” que as outras no plano social, nem seus membros menos capazes de instaurar por elas mesmas uma disciplina de vida individual e coletiva. Finalmente, a imagem da jovem de cor de “vida fácil” agarrando nas suas redes homens brancos e íntegros tem uma longa história no imaginário social americano; esta imagem é muito mais eloquente a respeito das fantasias se-

xuais e raciais dos brancos do que sobre a realidade das gangues²⁶.

O estudo aprofundado das relações entre gangues e mídia prova que as gangues são uma “produção” social em que os jornalistas desempenham um papel não desprezível e encontram amplamente o seu interesse. Relatar casos de gangues, seja nas novelas, seja em forma de documentário, lhes provê dinheiro seguro, promoção, prestígio e poder no seio do mundo midiático por causa do gosto que o grande público tem por este tipo de reportagem. É por esta razão que os jornalistas só tomam empreitado do saber dos “especialistas das gangues” as informações que se inscrevem no quadro dos temas que interessam ao grande público, isto é, sexo, droga, crime e violência, e que são conformes à imagem que eles mesmos têm das gangues. Como no caso das primeiríssimas gangues americanas que foram os bandidos do Far West, o mito popular que eles contribuem para produzir e perpetuar é apenas uma imagem deformada e longínqua da realidade.

Paradoxalmente, se a imagem fabricada pela mídia diaboliza as gangues, também é mérito dela o fascínio ligado a estes outros personagens da cultura americana que são o *cowboy*, o *desperado* e o *tira-gangster*. Estes modelos de violência viril ocupam um lugar de honra no panteão folclórico americano pois possuem, no grau mais elevado, as qualidades que a cultura nacional venera: um individualismo resoluto, uma independência feroz, uma força física fora do comum (ou seja, a capacidade de lutar e ganhar) e uma temeridade a toda prova. O que não significa que a oposição entre o bem e o mal não figure na mesa dos valores americanos, mas antes, que bem e mal são dissociados das noções de legalidade e de ilegalidade. O único critério determinante na matéria é a exibição das qualidades enumeradas acima; quem as possui está

²⁶ Sobre este tema da mulher de cor que seduz um homem branco, ver Winthro D. Jordan, *White over Black: American Attitudes towards the Negro, 1550-1812*, Baltimore, Penguin Books, 1969, p.150-151.

do lado do bem; quem está desprovido delas é definitivamente relegado para o lado do mal. Os americanos preferem, portanto, a imagem deformada e romanesca que a mídia lhes propõe à própria realidade prosaica das gangues. Mas os membros das gangues têm as mesmas aspirações e são animados pelo mesmo desejo de sucesso material e social que todos os americanos, e neste plano pelo menos, seu comportamento coletivo não difere de jeito nenhum do de outras organizações de caráter mercantil. Esta realidade é sem dúvida muito, demasiadamente, difícil de aceitar pelo público americano. Mostrar as gangues como elas são equivaleria a tirar todo o charme associado aos personagens violentos da mitologia nacional, o que os tornaria menos divertidos e abaxaria o seu valor midiático. Isto suporia igualmente fazer com que o país tome consciência da estratificação rígida da sociedade e da pobreza persistente em que estas organizações encontram a sua fonte. Finalmente, mais incômodo ainda para o conjunto da sociedade, reconhecer as gangues pelo que elas são levaria os dirigentes do país a procurar para o pretenso “problema das gangues” uma solução econômica em vez de se embrenhar em políticas penais que só fazem agravá-lo.