

# Paradoxos do programa popular televisivo como agenciador de visibilidade social no espaço urbano contemporâneo

Lilian Reichert Coelho<sup>1</sup>

Este artigo trata de uma possível leitura da construção discursiva do espaço urbano contemporâneo pelo programa televisivo so-teropolitano *Que venha o Povo!*. O objetivo central é explicitar articulações entre noções espaciais oriundas de diferentes campos e aspectos relativos à enunciação. Para isso, tomamos o referido programa como estudo de caso, partindo do fato de que o espaço construído discursivamente circunscreve-se aos limites dos bairros não nobres da capital baiana e que tal posicionamento promove visibilidade a espaços e indivíduos em geral invisíveis, socialmente e no ambiente do jornalismo de referência local. A Análise do Discurso francesa possibilita compreender a orientação do discurso, permitindo observar com acuidade as relações enunciativas estabelecidas entre os regimes de significação implicados na construção do sentido espacial veiculado pelo programa em relação direta com sua natureza audiovisual.

**Palavras-chave:** visibilidade social, espaços urbanos, programa televisivo.

*Paradoxes of the popular televising program as agent of social visibility in the contemporary urban space.* This article presents a possible reading of the discursive construction of contemporary urban space by a Bahian televised program called *Let the people come!*. The main goal is to expose relations between spatial notions from different fields of knowledge and aspects related to enunciation. For this, the cited program is overcome as a case study, comprehended from the perspective of that the discursive constructed space confines it in the limits of the not-noble neighborhoods of the Bahian main city and that such positioning promotes visibility to spaces and individuals in general invisible, socially and in the landscape of the local journalism of reference. The French Discourse Analysis makes possible to understand the orientation of the discourse, being allowed to observe with details the established enunciative relations between the systems of signification implied in the construction of the spatial direction propagated by the program in direct relation with its audiovisual nature.

**Key words:** social visibility, urban spaces, televising program.

*Este artículo trata de una posible lectura en la construcción discursiva del espacio urbano contemporáneo a cargo del programa de televisión originario de Salvador de Bahía *Que venha o povo!*. El objetivo central es explicitar articulaciones entre conceptos espaciales a partir de diversos campos y aspectos relativos a la enunciación. Para ello, tomamos dicho programa como elemento de estudio, partiendo del hecho que el espacio construido discursivamente se circunscribe a los límites de los barrios no nobles de la capital bahiana y que tal posicionamiento promueve visibilidad a espacios e individuos que, en general, aparecen invisibles socialmente como así también en el ámbito periodístico de referencia local. El Análisis del Discurso francés hace posible entender la orientación del discurso, permitiendo observar en detalle las relaciones enunciativas establecidas entre los regímenes de significación implicados en la construcción del sentido espacial transmitido por el programa en relación directa con su naturaleza audiovisual.*

**Palabras clave:** visibilidad social, espacios urbanos, programas de televisión.

---

<sup>1</sup> Faculdade Social da Bahia. Avenida Oceânica, 2717, Ondina, 40170-010, Salvador, BA, Brasil. E-mail: lilian\_reichert@yahoo.com.br

## Introdução

Como programa diário de formato híbrido, *Que venha o povo!* é exibido de segunda a sexta-feira, das 11 horas e 45 minutos até às 13 horas, pela TV ARATU, afiliada baiana SBT. Do ponto de vista do gênero televisual, tal como pretendem os realizadores, configura-se como uma espécie de amálgama entre programa informativo e de variedades. De acordo com a descrição publicada no *site* da retransmissora, trata-se “de humor, prestação de serviços e cobertura dos fatos mais importantes do dia” (TV Aratu, 2008). Insistentemente, os mediadores qualificam o programa como *popular*.

A figura do mediador principal – que atua no estúdio – é desempenhada pelo jornalista Casemiro Neto, cujo histórico de credibilidade junto ao público foi criado durante anos por sua atuação em outra emissora como apresentador de telejornal. O mediador secundário é o radialista Zé Bim, que exerce a função de repórter, concentrando suas atividades nas ruas da cidade de Salvador. Os dois mediadores, por suas diferentes experiências, se complementam e desempenham um importante papel junto ao programa. Enquanto Casemiro Neto apresenta-se como o jornalista sério (nos moldes dos padrões construídos pelo jornalismo de referência e reconhecidos pelo público), Zé Bim é absolutamente informal, aproximando-se tanto do telespectador quanto do público-personagem do programa. Sobre este último, França (2006, p. 1) explica tratar-se de “[...] um personagem novo [que] aparece na televisão brasileira: a figura do popular, o representante dos anônimos que povoam as ruas e os barracos das grandes cidades”.

Embora não seja o foco deste trabalho, consideramos relevante problematizar – ainda que brevemente – a multiplicidade de sentidos evocada pelo termo *popular*. Cientes de que não se trata de definição cabal, ainda assim optamos pelo uso do termo no próprio título deste texto, justificando-a pela ausência de consenso sobre a noção de comunicação popular tal como trabalhada por especialistas em Comunicação e Cidadania.

Em respeito à pluralidade de nuances que propostas e ações de comunicação social não hegemônicas engendram, sublinhamos o fato de que exigências

fundamentais (postuladas por autores como Peruzzo, 2006) são nitidamente desprezadas pelo programa *Que venha o povo!*. Destacam-se como pontos básicos a serem considerados por qualquer atitude de orientação de fato *popular*: o protagonismo popular, isto é, a participação ativa de indivíduos representantes de grupos excluídos; a orientação da comunicação a partir de princípios públicos, portanto, sem fins lucrativos; e a divulgação de conteúdos que encetem a ampliação da cidadania, da independência, em termos individuais e coletivos.

Ao ignorar tais princípios da comunicação popular e optar pela utilização de estratégias típicas da mídia hegemônica, não apresentando proposta efetivamente alternativa, o programa *Que venha o povo!* posiciona-se discursivamente como massivo popularesco, com algum grau de utilidade pública (Peruzzo, 2006). Sob a denominação *massivo*, compreendemos um tipo de comunicação destinada de forma vertical *para* os segmentos populares e não apropriada horizontalmente *pelo* povo, como revela o posicionamento explícito do mediador principal<sup>2</sup>. O outro termo componente da expressão, *popularesco*, pode ser definido pelo uso de modalidades de linguagem (verbal, visual e sonora) pautadas por: informalidade no uso das vestimentas, coloquialismos linguísticos e excessos de toda ordem (gritos, sonoplastia, apelo sensual-erótico pela personagem Malvada, exploração cômica de defeitos físicos e *déficit* cognitivo de personagens (como o ex-boxeador baiano Hollyfield, cuja figura gera o riso pelo grotesco<sup>3</sup>), a construção de membros do público como personagens, preferencialmente cômicos). Além dos elementos citados, outras marcas de reconhecimento de *programa massivo popularesco* são empregadas como a estética sonora e visualmente poluída (em consonância com outros programas da emissora), e a espontaneidade e a instalação do vínculo social assistencialista.

Em que pese o acima referido, autores como Amara (2006) consideram positivo a existência, no ambiente midiático contemporâneo, de um gênero jornalístico informativo popular, destacando a necessidade de estudos detalhados sobre este gênero, uma vez que há carência na área, a qual é oriunda de preconceitos históricos e de posicionamentos elitistas. A fim de evitar polarizações, optamos por orientar a leitura do programa *Que venha*

<sup>2</sup> Apresentado com mais detalhes adiante, mas exemplificado pela fala de Casemiro Neto no programa exibido em 25 de setembro de 2008: “Vou cobrar de quem quer seja porque pobre já sofre demais!”. Tal pronunciamento permite refletir sobre o distanciamento entre as instâncias comunicadora e destinadora. O *eu* proposto no discurso instaura-se como alguém que não participa desse *ele* constituído pelo *povo*, por sua vez, o *coitado*, que sofre e, portanto, precisa e merece auxílio.

<sup>3</sup> No mesmo sentido do proposto por Sodré e Paiva (2002), de uma estética do grotesco, típica da mídia comercial destinada aos setores econômico e culturalmente desprivilegiados.

*o povo!* pelo viés do paradoxo e, justamente por isso e devido aos altos índices de audiência alcançados no horário, o julgamos merecedor de um olhar mais atento. De qualquer modo, não é possível driblar de todo o fato de que o referido programa televisivo é construído na lógica popular comumente classificada como sensacionalista.

A fim de direcionar e refinar nosso olhar, concentramo-nos nos modos de construção do urbano soteropolitano engendrados pelo programa. Para tanto, assumimos como balizas preferenciais as ferramentas disponibilizadas pela Análise do Discurso francesa (que nos auxilia a identificar os posicionamentos imbricados no processo de construção espacial, considerando-se imagens, falas e sons como textos) e as noções espaciais oferecidas por estudiosos de diversas linhagens que contribuem significativamente para a reflexão proposta. No intuito de melhor compreender as noções teóricas abaixo apresentadas em relação direta com o programa selecionado como estudo de caso, elegemos a quinzena que compreende os dias 9 a 24 de setembro. A opção justifica-se pelo fato de o referido programa não ser pautado pelos critérios de noticiabilidade do jornalismo de referência e pelo período em questão não ter sido marcado por eventos que gerassem cobertura intensiva na forma de matérias e suítes.

## Espacialidades soteropolitanas no programa *Que venha o povo!*

Consideramos a cidade de Salvador espaço privilegiado para a análise da construção midiática do urbano na contemporaneidade. Comumente representada pela mídia local e nacional como lugar de festa, de alegria, especialmente em virtude de suas características físicas, históricas e climáticas, na cidade pululam diariamente conflitos das mais variadas ordens. Para além da orla marítima (a da Cidade Alta e da Linha Verde) e dos espaços feitos para os tornados cartões-postais, predominam em Salvador o desemprego, o *déficit* habitacional, a baixa

qualidade na educação pública, a nítida polarização entre pobres e ricos e os preconceitos nublados pela reprodução incessante do mito da mistura pacífica, reforçado pela mídia na retomada de narrativas espaciais cristalizadas pelo discurso dominante.

Dois tipos de espaços soteropolitanos são construídos (não apenas discursivamente, mas internalizados e praticados pela população local) e reforçados pela mídia local: (i) os espaços positivos, acolhedores, agradáveis e belos, onde estão situadas as classes privilegiadas; (ii) os espaços negativos, feios, repletos de lixo, onde residem as camadas alijadas pelas políticas neoliberais vigentes<sup>4</sup>. A fim de abordar os dois tipos de espaços e o modo como o programa *Que venha o povo!* constrói a imagem da cidade de Salvador, evocamos algumas noções espaciais caras à presente reflexão.

A ideia positiva sobre a espacialidade assume contornos enfáticos em Bachelard (1993), cuja noção de *topofilia* é conceituada como “espaço feliz”, lugar de onde é possível defender-se de quaisquer “forças adversas”; em suma, refere-se aos “espaços amados” (Fernandes, 1992, p. 19). Pelo termo, concebe-se a significação dos ambientes de aconchego e intimidade pelo segmento do imaginário, cuja tendência é o movimento para o interior. As topofilias constituem lugares privilegiados na construção da experiência pessoal e/ou coletiva. No polo oposto, situam-se as topofobias, espacialidades que se impõem de modo imperiosamente negativo ao ser humano. Apesar de Bachelard (1993) circunscrever seu estudo em seara distinta, acreditamos que as noções de topofilia e topofobia podem ter alguma rentabilidade na análise da construção espacial urbana no ambiente midiático contemporâneo. Ademais, é inegável que os habitantes de uma cidade relacionam-se positiva e negativamente com o espaço urbano, tanto o físico (transformado pela ação humana e não puro, estático) quanto o social (em permanente e incessante processo de construção).

Greimas (1981, p. 115) expõe como forma privilegiada de conceber o espaço a tensão entre as ideias de topia e heterotopia, partindo do pressuposto de que “um ‘lugar’ qualquer só pode ser apreendido se o fixarmos em relação a um lugar diferente”. No programa televisivo sob análise, observamos que os bairros populares configuram-se como topia fundamental e são ainda mais destacados como

<sup>4</sup> Tomamos como referência as críticas de Bauman (1999) à globalização, notadamente no que diz respeito à mobilidade dos ricos e à falta de mobilidade dos pobres nas sociedades contemporâneas, diferença cruel acentuada no ambiente das cidades. A reflexão encaminha-se no seguinte sentido: “Não há conversa entre os dois lados da fronteira. As experiências de vida são tão diferentes que não dá para ver sobre o que os moradores dos dois lados poderiam conversar caso se encontrassem” (Bauman, 1999, p. 95).

isotopias pelo discurso. Lefebvre (1999) define isotopia como “um lugar (topos) e o que o envolve (vizinhança, arredores imediatos), isto é, o que faz um *mesmo lugar*”. Para o autor, “se noutra parte existe um lugar homólogo ou análogo, ele entra na isotopia” (Lefebvre, 1999, p. 45). Apesar de diferentes entre si, os bairros populares equivalem-se mutuamente, sendo intercambiáveis aos olhos dos poderes públicos e da sociedade, tanto no que diz respeito à distância geográfica em relação ao centro da cidade ou aos centros de poder e decisão, quanto no que concerne à distância *sociológica*<sup>5</sup>.

Na perspectiva do programa *Que venha o povo!*, as localidades instauradas como isotópicas são mostradas como excluídas da cidade e da sociedade, esta última constituindo seu outro por antítese, portanto, espacialidade heterotópica. Embora não apresente uma classificação rígida das heterotopias, Foucault (2006) indica um conjunto de seis princípios que regeriam a existência desse tipo de espaço, acentuando o caráter simultaneamente universal e local das heterotopias, os quais optamos por não descrever. No escopo deste trabalho, entendem-se por heterotopias as construções sociais, comunitárias, imaginárias ou efetivamente praticadas que têm a propriedade de resignificar os espaços, sobretudo na contemporaneidade, em que as heterogeneidades e as contradições não apenas afloram, mas são convocadas a emergir, em interação e/ou em confronto.

Além do exposto e a fim de evitar a leitura por dicotomias entre isotopias e heterotopias, vale salientar que, em *Que venha o povo!*, há distinções entre os bairros não nobres<sup>6</sup>, posicionamento que contraria a orientação dominante na mídia local hegemônica, cuja tendência é indissociar tais lugares. A distinção a que nos referimos é realizada pelos mediadores, sobretudo pelo repórter Zé Bim, cuja atuação nas ruas dos bairros valoriza os elementos típicos de cada localidade, ainda que com certa dificuldade.

Apesar da distinção e em função do paradoxo, observa-se que, no papel de crítico da sociedade, portanto, do outro – que permite, pela inação, a existência precária dos membros do público e, consequentemente, dos personagens-público –, o programa ressalta o descaso, acentuando aspectos negativos dos bairros não nobres como violência, assaltos, assassinatos, tráfico. Valoriza, portanto, o sofrimento dos seres humanos relegados à

existência precária desses lugares. A ênfase nos elementos negativos funciona em dois eixos complementares: (i) reforça o papel de conselheiro dos mediadores e (ii) ressalta a necessidade dos poderes públicos voltarem sua atenção para a população carente da capital baiana.

Além de isotopias e heterotopias, outra noção que contribui para a análise do espaço urbano construído pela mídia é a de utopia. Ao expor a classificação das categorias de simulacros, Baudrillard (1991, p. 151) argumenta serem as utopias “simulacros naturais, naturalistas, baseados na imagem, na imitação e no fingimento, harmoniosos, otimistas e que visam a restituição ou a instituição ideal de uma natureza à imagem de Deus”. A utopia associada à ideia de simulacro sublinha a distância necessária entre o ideal, o sonhado e o real.

Na dinâmica da construção espacial da cidade de Salvador pelo programa *Que venha o povo!*, observa-se a concepção das topofilias construídas como heterotopias, dentre as quais se destacam os bairros nobres da capital baiana e o próprio programa. As localidades nobres não são explicitadas visualmente, mas sua representação é constantemente evocada pelos mediadores, a partir de concepções que se sabem estar cristalizadas no imaginário dos setores desprivilegiados da população, público-alvo-personagem do programa. Vale notar que a heterotopia caracteriza-se como espacialidade cuja ação primordial é instaurar-se como diferença em relação a uma isotopia, lugar inicialmente considerado, no caso, os bairros não nobres. Diferença fundamental entre bairros nobres e não nobres e seu caráter, respectivamente, topofílico e topofóbico, é apontada por Espinheira (2003, p. 188), para quem “[...] espaços geradores de múltiplas possibilidades produtivas são, inevitavelmente, aqueles mais caros, que se tornam intrinsecamente mercadoria no mercado imobiliário. A elevação de seu valor enquanto terreno ‘nobre’ atrai, consequentemente, investimentos presumivelmente compatíveis com o seu valor”.

Ao abordar as espacialidades topofílicas por um viés notadamente heterotópico, o programa *Que venha o povo!* as constrói como contraponto positivo às espacialidades isotópicas, os chamados bairros populares ou não nobres. A construção discursiva sobre os lugares nobres da capital baiana apresenta tais espacialidades como espécies de *loci amoeni*, em que se pode viver bem e distante da

<sup>5</sup> Termo utilizado por Domingues (1994). A ideia também é explorada por Bauman (1999, p. 19), de modo mais amplo, ao expor sua crítica à Globalização, para quem: “Com efeito, longe de ser um ‘dado’ objetivo impessoal, físico, a ‘distância’ é um produto social [...]”.

<sup>6</sup> Optamos por assim denominar as espacialidades onde se concentram os setores desprivilegiados da população soteropolitana, a fim de evitar a dicotomização e a necessidade de aprofundamento em discussões não apenas semânticas, mas geográficas, sociológicas e até filosóficas, que os termos periferia (em oposição a centro), subúrbio, favela ou invasão engendrariam.



violência e de toda a negatividade intrínseca às localidades habitadas pelo público preferencial-personagem do programa. Pelo menos assim são referidas discursivamente pelo programa que, ao deixar de conferir visibilidade explícita a tais lugares, posiciona-se, justamente por isso (dentre outros fatores), de modo contra-hegemônico em relação à mídia local (tal como em programas jornalísticos e outros), que prefere acentuar estereótipos turísticos, sociais, culturais e historicamente construídos. Tais estereótipos são internalizados pelo público local, tornando-se elemento constitutivo (oriundo de fora, é evidente, mas ideologicamente inculcados) do imaginário dos próprios moradores, no que concerne à cidade de Salvador.

Quanto aos lugares não nobres, além de constituírem-se como isotopias, configuram-se como espacialidades toposfóbicas, isto é, regidas pela negatividade, estabelecendo com as toposfilias relação de contrariedade. A relação direta entre lugares e pessoas de localidades desprestigiadas e destas em relação imaginária com suas antíteses em uma cidade é imprescindível para a constituição da própria identidade de cada tipo de espacialidade, pois

*É no sistema de relações com o que lhe é externo, ou seja, com a alteridade, que a territorialidade pode ser definida. Ela está impregnada de laços de identidade, que tentam de alguma forma homogeneizar esse território, dotá-lo de uma área/superfície minimamente igualizante, seja por uma identidade territorial, seja por uma fronteira definidora de alteridade (Serpa, 2007, p. 20).*

Portanto, é somente na relação entre lugares que os valores atribuídos a cada bairro da cidade se estabelecem, imprimindo valências positivas e negativas a segmentos do território urbano situados, muitas vezes, um ao lado do outro<sup>7</sup>. A mirada antropológica evidencia de modo mais abrangente a dicotomia no modo de observar a diferença entre as espacialidades citadas:

*Os bairros pobres da cidade – localizados no interior e na periferia da mesma – sofrem uma estigmatização em decorrência da imagem negativa construída, sobretudo no que concerne aos aspectos do informal, sendo associados automaticamente pelos observadores do exterior à violência e à delinquência, o que termina por justificar*

*a postura segundo a qual eles devem evitar tais lugares e se proteger dos ataques de seus moradores atrás de muros [...] (Sangodeyi-Dabrowski, 2003, p. 178).*

Além de isotopias e heterotopias, Lefebvre (1999, p. 45) aponta a existência do “alhares, o não lugar que não acontece e, entretanto, procura seu lugar”. Trata-se de uma outra concepção do *utópico*, paradoxal por excelência, pois é erigido como espaço real, embora não pontual. No que diz respeito ao programa *Que venha o povo!*, a utopia é construída pela concepção recorrentemente evocada da cidade justa, ideal, sem violência. Na dimensão do discurso, trata-se de um possível, cuja concretização depende exclusivamente da ação dos poderes públicos locais, uma vez que os habitantes dos bairros populares são pessoas de bem. Como *locus* do imaginário, o alhares “está em toda parte, e em nenhuma parte” (Lefebvre, 1999, p. 45-46), como a própria ideia de cidade perfeita apresentada pelos mediadores. De qualquer modo, a cidade perfeita dos mediadores do programa permanece no plano imaginário do utópico em uma de suas acepções mais difundidas, qual seja, a de não realizável, como refere Bauman (1999, p. 44) sobre a atitude dos utopistas do passado, ao afirmar que “O aspecto da cidade perfeita esboçada pela pena dos utopistas não se assemelhava ao de qualquer cidade real em que vivessem e sonhassem os planejadores”.

Pelo exposto, destacamos que a concepção lefebvriana difere da proposta antropológica de não lugar de Auge (1994), que o define como lugar de passagem, de todos e de ninguém, preenchido apenas por traços de presenças humanas fugazes. Essas espacialidades impedem a constituição de relacionamentos humanos estáveis, evitando, portanto, a construção de afetos com o próprio lugar, o que faz dele um não lugar. Sobre a relação entre espaços e sentimentos humanos, Pino (2000, p. 95) observa, na esteira de Auge (1994), que “entre as peculiaridades que regem a ocupação do não lugar destaca-se aquela que impõe a seu ocupante o estigma da solidão, pois ele inibe a relação que este poderia manter com as demais pessoas, além de desindividualizá-lo”. Observemos que tais compreensões são norteadas por uma ideia restrita de espaço, concebido como invólucro, como ambiente no qual o ser humano se situa, mas que não é parte constitutiva dele nem construída por ele, num movimento duplo e indissociável.

<sup>7</sup> Para citar apenas um exemplo, é o que ocorre em Ondina, bairro nobre, onde estão incrustadas localidades não nobres como o Calabar, o Alto de Ondina e a Baixa da Alegria, cuja permanência é alvo constante de (in)ações da Prefeitura e de empreendimentos imobiliários voltados para as classes médias, além de fortes e explícitas tensões sociais pelas quais, inevitavelmente, perpassam conflitos raciais.

Uma atitude do mediador de *Que venha o povo!* explicita o posicionamento contra-hegemônico no discurso do programa sobre a cidade, contrastando com a noção de não lugar de Auge (1994) e permitindo-nos uma aproximação à proposta de Lefebvre (1999). Tal atitude pode ser observada nos quadros do programa em que o repórter Zé Bim encontra-se em lugares estratégicos da cidade, por serem centrais e espaços transitariamente ocupados pela população carente, quais sejam: a Estação da Lapa, o Relógio de São Pedro, a Estação de transbordo de Pirajá e, algumas vezes, a Praça Piedade. Todos os lugares citados configuram-se como não lugares, espacialidades regidas pelo paradoxo, ao mesmo tempo ameaçadoras – pela abertura ao imprevisível e ao espontâneo – e topofílicas – justamente em razão dessa abertura –, pois permitem tanto o trânsito como a permanência, ainda que apenas temporária, de indivíduos oriundos de quaisquer pontos da cidade.

Ao apropriar-se dos não lugares citados, instituindo seu *locus* provisório e propiciando a reunião de diferentes indivíduos motivados por um objetivo comum (solicitar ajuda, procurar um familiar desaparecido, esclarecer dúvidas sobre saúde, sexo ou cidadania etc.), o programa constitui-se também como uma espécie de *entre-lugar*. Neste cenário descrito, naquele momento, erige-se a identidade popular e permite-se o diálogo social pela não hierarquização entre os interlocutores – uma vez que os mediadores utilizam estratégias discursivas no sentido de horizontalizar os posicionamentos sociais relativos a si mesmos, aos personagens reais que ali estão para ver e ouvir e ao público – ou, ao menos, a ilusão de efetiva participação.

De qualquer modo, ainda que o programa crie essas ilhas identitárias e dialógicas no ambiente urbano soteropolitano, evidenciamos que a tendência maior orienta-se no sentido de mostrar a realidade dos bairros não nobres da cidade, cuja consequência é uma concepção genérica do urbano predominantemente distópica. O discurso dos mediadores conduz-se pela asserção segundo a qual, se algo não for feito imediatamente para amenizar a violência e propiciar melhorias na condição de vida de ampla camada da população, o caos reinante tende a aumentar. Caos que se expressa também sonora e visualmente no programa, pelo excesso. Pelas vias do discurso alarmista, instaura-se fortemente a indissociabilidade espaço-tempo, pois se constrói uma projeção negativa no que tange a um futuro próximo, com acento na antevisão da catástrofe social iminente.

Vale salientar ainda que a existência do programa como *entre-lugar* acentua-se no plano do exercício media-

dor, dada a função autoimposta pela referida instância e legitimada pelos destinatários. Para além da caracterização como *entre-lugar*, tal relação simbiótica situa o programa televisivo como espacialidade heterotópica do tipo espelho, uma heterotopia neutra, nem positiva, nem negativa. É Lefebvre (1999, p. 45) quem ressalta a possibilidade de se considerar tal “elemento neutro”, pois “pode consistir na ruptura-sutura dos lugares justapostos [...]”. Em *Que venha o povo!*, o espelho é constituído pela própria interação estabelecida, isto é, pela mediação, inerente à comunicação praticada (televisiva). O agente dessa comunicação personifica-se no mediador de rua, pois ele vai onde o povo está, estabelecendo um liame entre a vida invisível nas espacialidades isotópicas e topofóbicas e a sociedade.

## Espaço e enunciação no programa *popular*

Ainda que a leitura proposta neste artigo restrinja-se aos modos de construção do espaço por um único programa televisivo, consideramos que, por se tratar da observação de um produto midiático, não é possível desprezar os aspectos relativos à enunciação, uma vez que se trata de apenas uma imagem possível da cidade de Salvador. A perspectiva da Análise do Discurso permite-nos considerar, sobre o programa *Que venha o povo!*, que a figura do enunciador – caracterizado como a força que enceta a existência da postura enunciativa apresentada – constitui-se como o próprio desejo de visibilidade dos setores excluídos da população soteropolitana que, por sua vez, constitui-se no enunciatário.

Na instância da enunciação, verifica-se um tipo de posicionamento paternalista, evidenciado por atitudes recorrentes do enunciador – representado pelas figuras mediadoras – ao reiterar uma suposta relação umbilical com o enunciatário, tal como se observa na afirmação de Casemiro Neto, no programa do dia 24 de setembro de 2008: “Espero que o Secretário de Saúde tome providências. Eu não quero mostrar essa imagem [de uma quantidade significativa de pessoas em fila para receber colírio contra glaucoma no Hospital São Jorge, no bairro de Roma, Cidade Baixa], isso me incomoda”. Pelo exposto, percebemos com nitidez a relação assimétrica e paternalista estabelecida: o enunciador (localizado em um lugar social e de fala distintos do enunciatário, representando-o) instaura-se discursivamente como capaz

de conferir visibilidade e até de resolver os problemas de seus enunciatórios. A relação entre enunciatador e enunciário é um dos elementos que demonstram a impossibilidade de se compreender *Que venha o povo!* como um programa popular nos moldes do que se defende no espectro das abordagens sobre a comunicação popular.

O próprio programa apresenta-se como salvação para as camadas não assistidas da população, uma vez que o poder público não funciona. Somente o programa tem a capacidade e a preocupação de conferir visibilidade e audibilidade a um espectro da população tradicionalmente sem corpo e sem voz. Tal atitude enunciativa, discursiva, permite comprovar o posicionamento do programa como heterotopia que não se apresenta como um lugar efetivo, mas se estabelece na relação entre os produtores, o próprio programa como texto – compreendido como mediador entre diversos atores sociais –, os habitantes dos bairros não nobres e as instâncias de poder.

Isso se verifica nos enunciados proferidos pelo apresentador e pelo repórter, que cobram soluções do poder público e se arrogam portadores da verdade e de soluções para os problemas da cidade. Verifica-se um exemplo na edição citada de 24 de setembro de 2008. Após a exibição de uma matéria de denúncia na saúde pública relativa ao flagra de uma fila humilhante na distribuição de colírios para glaucoma no Hospital São Jorge, o mediador elogia a atuação do Secretário de Saúde. Na sequência, afirma que o Secretário deve ser uma pessoa séria, “senão, não estava lá” [ocupando o cargo], mas pode ser que desconheça a situação. É pela função de mostrar que os mediadores legitimam o discurso construído e o próprio lugar diferencial de fala: o programa popular, configurado pela ação daquele que sabe reconhecer os pontos positivos das instâncias dirigentes ou hegemônicas, mas não pode fechar os olhos diante de situações de descaso com o povo (palavra recorrente no programa). Além disso, investe-se de autoridade, ao ameaçar: “Espero que tome providências”.

## Considerações finais

Após essa breve incursão pelas engrenagens discursivas do programa *Que venha o povo!*, centrando nosso olhar em aspectos relativos à construção do urbano e à enunciação, é possível concluir afirmativamente acerca da produtividade encetada pela apropriação dos concei-

tos bachelardianos de tofília e tofobia. Em razão da pertinência das referidas noções e na tentativa de ser fiel às especificidades do produto midiático sob leitura, consideramos profícuo esgarçar as ideias, transcendendo o cunho exclusivamente individual acentuado por Bachelard (1993), rumo à abordagem coletiva e social. Na dinâmica da configuração social contemporânea, podemos observar, na imagem construída pelo programa, que o bairro institui – por meio da reunião na mesma espacialidade – traços reconhecíveis como próprios do lugar, gerando, em alguns casos, modos de viver e tipos sociais peculiares, o que, conforme exposto, cremos que o programa *Que venha o povo!* tenta não apenas acentuar, mas legitimar, principalmente pelo viés do humor.

Acreditamos também que a noção de bairro carece de detalhamento e investigação quando da análise de produtos midiáticos, pois estes evidenciam, se tomados como singularidades, aspectos relevantes sobre qualquer cidade, especialmente as metrópoles. Qualquer bairro constitui espacialidade urbana que propicia trocas humanas, “[...] lugar de uma passagem pelo outro, intocável porque distante, e, no entanto, [sic] passível de reconhecimento por sua relativa estabilidade. Nem íntimo, nem anônimo: vizinho” (Certeau, 1996, p. 43). Importante na leitura dos modos de aparecer na mídia de qualquer bairro é perceber que a vizinhança e a estabilidade da vida e dos afetos apontam para a construção espacial da experiência coletiva pelo segmento da dimensão tátil da vida – muito mais do que pelo olhar – e da horizontalidade, ambas refletindo a instauração e a consolidação, no tempo e no espaço, do contato interpessoal. Bairros, em geral, têm histórias, personagens, formas de relacionamento peculiares entre vizinhos, configurando-se como espacialidades de diferenciação no interior da cidade, constituindo – muitas vezes, especialmente no contexto metropolitano – cidades quase autônomas, como é o caso, em Salvador, de Cajazeiras e do Subúrbio Ferroviário, para citar apenas dos exemplos soteropolitanos comumente mostrados pelo programa.

Tatilidade e horizontalidade são eixos que regem a vida em localidades desse tipo, e o programa *Que venha o povo!* reproduz, paradoxalmente em relação ao apontado acima, certa homogeneidade entre os bairros não nobres, ao invés de privilegiar a exposição das marcas diferenciais de cada localidade (embora a tentativa seja, justamente, esta). Comprovamos o acento nas dimensões tátil e horizontal pela maneira como as relações humanas são construídas no discurso: salientamos a falta de hierarquia entre as pessoas, oriunda da informalidade básica configurante das relações, bem como a facilidade e a rapidez no flores-

cimento de relações conflituosas. Estas são evidenciadas pelo programa em consonância com o posicionamento paternal assumido pelo enunciador no quadro *A hora do acordo*, exibido nas quintas-feiras.

Ângelo Serpa permite-nos diferenciar bairros nobres de bairros populares, na linha de pensamento que vimos defendendo ao longo da leitura do programa, ao tomar Keller (1979) como baliza e afirmar que, “nos bairros populares, a limitação de oportunidades, a pobreza e o isolamento relativos, a insegurança e o medo acabam por fortalecê-las e torná-las parte fundamental da trama de relações familiares” (Serpa, 2007, p. 153). Por outro lado, o próprio autor oferece um argumento contrastante, ao dizer que, “nos bairros de classe média, as relações entre vizinhos são mais seletivas e pessoais e, na maior parte dos casos, o maior poder aquisitivo faz diminuir a necessidade de ajuda mútua e aumentar necessidade individual de espaço” (Serpa, 2007, p. 153).

Um exemplo que confirma a aposta interpretativa nas relações horizontais e próximas evidentes no contexto dos bairros não nobres é a edição do dia 11 de setembro de 2008. No quadro *A hora do acordo*, apresentou-se a tentativa de promover não apenas a reconciliação entre vizinhos, mas um elemento ainda mais precioso no ambiente de um programa de cunho nitidamente popularesco: a denúncia. Sob a chamada *Marmoraria tira o sossego de moradores de Castelo Branco*, o enunciador reitera com coerência a linha seguida durante todo o programa exibido na referida data: a ênfase na editoria de polícia. Zé Bim tentou resolver a situação de inimizade criada pela atuação da marmoraria, apelando para argumentos superficiais, ligados ao emocional dos envolvidos, destacando com veemência a proximidade, a relação de vizinhança, que deve ser respeitosa e pacífica.

Nessa mesma edição, o enunciador abordou com insistência os temas policiais em detrimento do humor (característica fundamental do programa), dada a factualidade de acontecimentos como: assassinato de policiais no Engenho Velho da Federação (“32ª morte de PM na Bahia só neste ano contra 26 em 2007 todo”); prisão de assaltantes (“Trio da pesada: presos com armamento de guerra dentro de Kombi”); violência doméstica (“Jovem de 23 anos teme vingança porque denunciou padrasto por maus-tratos”); assassinato no Nordeste de Amaralina. Casemiro Neto enfatiza as ocorrências factuais e negativas, afirmando continuamente: “A cidade está em polvorosa” ou “A cidade está pegando fogo”. Apesar disso e seguindo a linha do paradoxo inerente ao programa, o mediador tenta amenizar a situação, por meio do posicionamento conselheiro, condizente com o paternalismo explicitamen-

te assumido: “Deve-se ser precavido, mas não paranóico!”.

Consideramos a edição de 11 de setembro de 2008 emblemática, porque revela o caráter paradoxal do posicionamento discursivo do programa: ao mesmo tempo em que acentua a cidade como distopia, suaviza o próprio encaminhamento, a fim, provavelmente, de evitar a revolta social, colaborando para o propalado conformismo social apresentado pelas propostas da *communication research*.

## Referências

- AMARAL, M.F. 2006. *Jornalismo popular*. São Paulo, Contexto, 144 p.
- AUGÉ, M. 1994. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, Papirus. (Coleção Travessia do Século).
- BACHELARD, G. 1993. *Poética do espaço*. São Paulo, Martins Fontes, 205 p.
- BAUDRILLARD, J. 1991. *Simulacros e simulações*. Lisboa, Relógio D'água, 208 p.
- BAUMAN, Z. 1999. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 146 p.
- CERTEAU, M. de. 1996. *A invenção do cotidiano*. 2ª ed., Petrópolis, Vozes, 350 p.
- DOMINGUES, Á. 1994. Sub(úrbios) e sub(urbanos): o mal-estar da periferia ou a mistificação dos conceitos? *Revista da Faculdade de Letras – Geografia I série*, X/XI:5-18. Acessado em: 30/10/2008, disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1588.pdf>.
- ESPINHEIRA, G. 2003. Imagem da cidade feia e desumana: Salvador vista no Subúrbio Ferroviário. In: M. ESTEVES JR.; U. MONTOYA (orgs.), *Panoramas urbanos: reflexões sobre a cidade*. Salvador, EDUFBA, p. 185-199.
- FOUCAULT, M. 2006. Outros espaços. In: M.B. MOTTA (org.), *Michel Foucault – Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, p. 411-422.
- FRANÇA, V. (org.). 2006. *Narrativas televisivas: programas populares de TV*. Belo Horizonte, Autêntica, vol. 4, 152 p. (Comunicação & Cultura)
- FERNANDES, A.T. 1992. Espaço social e suas representações. In: Colóquio Ibérico de Geografia, VI, Porto, 1992. *Anais...* Acessado em: 05/12/2007, disponível em: <http://ler.letras.up.pt>.
- GREIMAS, A.-J. 1981. *Semiótica e Ciências Sociais*. São Paulo, Cultrix, 193 p.
- LEFEBVRE, H. 1999. *A revolução urbana*. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 178 p.



- PERUZZO, C.M.K. 2006. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXIX, Rio de Janeiro, 2006. *Anais...* Acessado em: 23/03/2008, disponível no site: <http://www.intercom.org.br>,
- PINO, D. del. 2000. Do limiar: estudo introdutório. In: D. del PINO (org.), *Semiótica: olhares*. Porto Alegre, EDIPUCRS, p. 91-116.
- SANGODEYI-DABROWSKI, D. 2003. As raízes ideológicas da segregação no Brasil: o exemplo de Salvador. In: M. ESTEVES JR.; U. MONTOYA (orgs.), *Panoramas urbanos: reflexões sobre a cidade*. Salvador, EDUFBA, p. 165-184.
- SERPA, Â. 2007. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo, Contexto, 208 p.
- SODRÉ, M.; PAIVA, R. 2002. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro, MAUAD, 160 p.
- TV ARATU. 2008. Acessado em: 20/08/2008, disponível em: [www.aratuonline.com](http://www.aratuonline.com).
- Submetido em: 19/07/2009  
Aceito em: 08/09/2009