



## **“A Periferia não está por fora, está por dentro”:**

### **Um olhar sobre as estratégias comunicativas do programa Central da Periferia da TV Globo.**

Sara Benevides de Lucena<sup>1</sup>

Virgínia Sá Barreto<sup>2</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

#### **RESUMO**

Neste artigo desenvolvemos algumas reflexões a partir dos resultados obtidos na pesquisa realizada para o TCC de Comunicação Social, da UFPB<sup>3</sup>. Essencialmente, analisa como a emissora Rede Globo de Televisão constrói estratégias de comunicação para capturar a audiência das camadas periféricas no programa *Central da Periferia*. Toma-se como objeto de observação, propositalmente, duas edições distintas do programa, a edição gravada na *periferia* da *Restinga* (RS) e a edição gravada na *periferia* *Cidade de Deus* (RJ), de maneira a estabelecer referências comparativas. Em síntese, identifica-se três estratégias enunciativas com as quais o programa visa capturar as camadas periféricas e criar vínculos sociais com elas: os sentidos do *orgulho de ser pobre*, da *periferia solidária* e da *periferia independente*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão – estratégias de comunicação – periferia.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Comunicação Social, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em 2008. E-mail: sarablucena@gmail.com

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e professora do Departamento de Comunicação Social e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: sa.barreto@hs24.com.br

<sup>3</sup> Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), configurado dentro do método monográfico: LUCENA, Sara Benevides. “A periferia não está por fora, está por dentro”: análise das estratégias de comunicação utilizadas no Programa Central da Periferia da TV Globo. João Pessoa, 2008. Monografia (Graduação em Comunicação Social). João Pessoa: UFPB, 2008, 78p. SÁ BARRETO, Carmem Virgínia Montenegro.

## **A Periferia ergueu a voz**

Os ritmos, as danças, o cinema e as músicas originadas da periferia tomaram proporções surpreendentes na sociedade contemporânea. Essas manifestações, que há tempos atrás habitavam somente as vielas e becos das periferias brasileiras, passaram também, a fazer parte do cotidiano das classes médias e altas. A periferia ergueu a voz.. De fato, a cultura periférica transformou-se em nicho do mercado capitalista, no momento em que foi percebida como difusora de inovações para o consumo. O mercado e a grande mídia foram alertados para o fato de que grande parte de seus consumidores é de classe baixa e que, dentro de suas possibilidades financeiras, podem gerar lucro.

A Globo atenta a esse mercado potencial, passou a incorporar em sua programação temas que falam da *periferia* e para *periferia*. A emissora lançou nos últimos seis anos, quatro grandes produções que relatam o cotidiano da vida desse segmento: a série *Cidade dos homens*, o documentário *Falcão - Meninos do tráfico*, a minissérie *Antônia*, e o *Central da Periferia*.

A periferia que comumente é retratada nos telejornais como a origem do tráfico e da criminalidade passa a ser vista na mídia sob os mais diversos ângulos. O programa *Central da Periferia* é um bom exemplo para que possamos compreender esse novo discurso midiático, já que trata a vida e cultura das camadas periféricas dando ênfase a outras características desse segmento. O auditório é montado na periferia, de modo que a própria população pode apresentar o que tem de melhor e pior ou, como coloca a apresentadora Regina Casé no próprio programa, “é a *periferia* falando para *periferia*”.

Que discurso é esse? Como a Globo fala através do programa para as camadas periféricas? Ou, como se dá a comunicação entre mídia e camadas periféricas?

São muitas as indagações que fazemos, contudo, a questão central da pesquisa é: como a Globo constrói estratégias de comunicação para capturar a audiência das camadas periféricas no programa *Central da Periferia*?

### **Estética do grotesco: aquilo que o povo deseja ver.**

O Programa *Central da Periferia* exibia grupos musicais de grande sucesso entre as camadas periféricas brasileiras e longe dos grandes centros. O suposto *mau gosto*, as músicas consideradas de má qualidade e de rimas pobres, o brega e o exótico passaram a fazer parte das tardes de sábado da maior emissora de televisão do país. No entanto, por que a Globo investiu em uma programação pré-concebida como banal e *anticultural* pela classe média e alta?

Para Sodré (2002) não é a toa que grande mídia incorpora em sua programação as manifestações populares, denominadas pela crítica como vulgar e de baixa qualidade. Segundo o autor, existem fortes motivos simbólicos por trás dessas representações.

Na periferia do Primeiro mundo, apesar das inovações – que reservam a programação dita “de qualidade” ou culturalista para quem pode pagar a assinatura do sistema a cabo – a televisão massiva continua capitalizando a maioria da audiência em circuito aberto. Caracteriza-se desde o início por uma atmosfera sensorial (um ethos) de “praça pública”. No sentido trabalhado por Bakhtin, isto é, a praça como feira livre das expressões diversificadas da cultura popular (melodramas, festas de largo, danças, circo, etc.) ou como lugar de manifestação do espírito dos bairros de uma cidade, com suas pequenas alegrias e violências, grosserias e ditos sarcásticos, onde a exibição dos altos ícones da cultura nacional confronta-se com o que diz respeito ao vulgar ou ao “baixo”: os costumes e gostos, às vezes exasperados, do populacho. (SODRÉ, 2002, p. 106).

Sodré (2002) coloca que a *praça pública*, que fez parte do espaço público europeu desde o Renascimento até meados do século dezessete, está estreitamente ligada ao sentido de *feira*<sup>4</sup> que desde as épocas mais antigas da humanidade “aparece como teatro simbólico das vicissitudes identitárias do grupo, portanto, como lugar de ritualização dos conflitos em torno do controle social”. (SODRÉ, 2002, p. 107).

Para o autor, é nesse sentido que se encontra uma explicação para a consagração do ato festivo na história, como também, a explicação das tensões entre as diferentes maneiras de assimilação de recursos culturais pelas classes sociais. O que a história traduz como dualismo entre a *cultura oficial* e *cultura popular*. A

---

<sup>4</sup> Para Sodré (2002), o conceito de festa é antropológicamente entendido como a transformação cerimonial de antigos ritos agrários, destinados a celebrar momentos significativos do cotidiano, como a época da colheita, o solstício de verão, a chegada da primavera, entre outros.

cultura oficial era aquela legitimada pela igreja, aristocracia, Estado, academia, escola e orientadas por cânones retóricos, era classificada pelo adjetivo *alto* ou *elevado*. A cultura que contrariava essas instâncias oficiais era considerada popular e de baixa qualidade.

A cultura popular, sempre foi alvo de perseguição por parte dos poderes oficiais e tinha sua garantia apenas pela força do espetáculo junto às classes de menor poder aquisitivo que compareciam aos locais públicos para diverti-se por meio do contado com artistas ou por “contemplações do que reconhece como pertencentes a si mesmas: ritos, canções danças e aspectos do cotidiano. Em espaços sociais concretos, ruas e praças, agrega-se o valor simbólico dessas experiências”. (SODRÉ, 2002, p. 108).

Conforme o autor, a partir do século dezoito, começa a ser compreendido que o ato festivo poderia ser consentido e incentivado, desde que estivessem dentro dos limites dos poderes instituídos. Foi entendido que organizar festas e inventar tradições poderia ser um meio eficaz de canalizar a população para uma ordem desejada. É através da *espetacularização do espaço público*, que a televisão massiva estabelece um tipo de controle parecido. Um resgate a atmosfera de *praça pública*, através de encenações melodramáticas, dos programas de auditório, shows musicais, competições, sorteios entre outros.

É fenômeno conhecido o encadeamento da cultura popular com a indústria cultural: as expressões simbólicas das classes economicamente subalternas, ao mesmo tempo em que vão perdendo o seu enraizamento dinâmico nos lugares diversificados da cidade, são retrabalhadas pelos diferentes dispositivos de comunicação massiva, em especial a televisão. E o programa de auditório é um bom modelo disso a que se tem chamado de *popularesco*. (SODRÉ, 2002, p. 111)

No Brasil, grande parte da população é pobre e vive nas periferias dos centros urbanos. Ora, se o objetivo da mídia é a captura de audiência, é evidente que a televisão massiva busque ampliá-la e consolidá-la junto a esse segmento, direcionando o olhar pra essas camadas periféricas e proporcionando aquilo que desejam ver. No entanto, o que a camada periférica deseja ver?

Na verdade, esse segmento deseja *se vê*, deseja encontrar um ponto comum com o seu cotidiano, seus hábitos e seus dilemas. As camadas periféricas desejam sentir-se não só como espectador, mas também com participante, como protagonista

de sua realidade representada. Para Sodré (2002), o programa de auditório é uma boa fórmula.

Na televisão, o auditório passou a exercer a mesma fun o que lhe garantia o grande sucesso na rádio: recriar a espontaneidade das festas e dos espetáculos públicos – portanto assumir uma parte da tensão presente nas manifesta es simbólicas das classes economicamente subalternas no espaço urbano – e, ao mesmo tempo, manipular os conteúdos “popularescos”, pondo-os a serviço da competi o comercial/publicitária pelo mercado de audiência. (SODRÉ, 2002, 115).

Os programas televisivos destinados a grande massa, tem o poder de transformar o cotidiano e as banalidades corriqueiras do dia-a-dia em espetáculo. Como também, representar a realidade popular (os tidos como feios, miseráveis e discriminados) em forma de entretenimento, o que Sodré denominou *est tica do grotesco*, modalidade dominante na televisão para a grande massa.

Todos esses programas pautam-se por recursos de rebaixamento de padrões, seja para reduzir a complexidade de mensagens e facilitar a sua assimila o por um público mais amplo, seja para estimular rebarbativamente o comportamento da platéia no auditório, levando os corpos a se movimentarem ao som da música ou as bocas a gritarem em uníssono com o animador (SODRÉ, 2002, p. 116).

No *Central da Periferia*, o público não só participa do espetáculo, como também é o próprio protagonista. O programa foi gravado nas favelas brasileiras, o auditório era a própria *periferia* e seu formato parece resgatar a *atmosfera de praça pública* colocada por Sodré. De fato, o *Central da Periferia* pode ser entendido, em parte, pela estratégia da *est tica do grotesco*. Conforme coloca Sodré (2002),   em programas como esse que a *periferia* pode reconhecer-se e a elite distinguir-se, mas é certo que todo *homem festivo   inevitavelmente grotesco*.

### **Periferia   sin nimo de favela?**

Na atualidade, há uma grande confusão quanto   utiliza o da expressão *periferia*. Ao pesquisarmos no dicionário, encontramos que a denomina o significa “os arrabaldes de uma cidade; subúrbios”<sup>5</sup>, isto é, as localidades que se encontram

---

<sup>5</sup> BUENO, Francisco da Silveira. Mini dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Editora FTDA, 2001.

geograficamente longe dos grandes centros urbanos. No entanto, o conceito tornou-se comum para denotar os mais diversos tipos de aglomerados humanos, sendo usado também, como sinônimo de favela, morro e vila.

Domingues<sup>6</sup> considera que, do ponto de vista da construção social, a *periferia* é o lugar da exclusão, da marginalidade e do déficit de cidadania. Partindo desse pressuposto, podemos dizer então, que o conceito não se refere apenas à distância geográfica em relação aos centros urbanos, mas também à distância social, no que diz respeito à educação, saúde, moradia e informação.

Zaluar e Alvito (2006) argumentam que as favelas, desde a virada do século passado, fazem parte da história das cidades do Brasil, entrecortadas por interesses e conflitos regionais intensos. Os autores colocam que durante a evolução histórica existiram muitas tentativas, por parte dos republicanos radicais e dos teóricos do embranquecimento, de transformar as cidades, particularmente o Rio de Janeiro, em cidades européias. Assim, cortiços foram derrubados com a intenção de limpar a cidade, o que resultou no crescimento da população pobre, que se deslocou para os morros e áreas vazias em torno da capital.

A partir de então, as favelas passaram a ser consideradas áreas de habitações irregulares, sem arruamentos, sem planos urbanos e saneamento. Através dessa condição de abandono, surgiram as *imagens* que fizeram com que a favela fosse reconhecida como o “lugar da carência, da falta, do vazio a ser preenchido pelos sentimentos humanitários, do perigo a ser erradicado pelas estratégias políticas, que fizeram do favelado um bode expiatório dos problemas das cidades, o “outro”...”. (Zaluar e Alvito, 2006, p.8).

No momento em que se faz uma contrapartida com os sujeitos considerados *civilizados* (os habitantes dos centros urbanos, aqueles que deveriam levar a cultura para *periferia*, transformar em ordem o caos), os moradores das periferias passam a ser vistos como o *outro*. Dessa maneira, as cidades foram divididas em dois lados: o centro hegemônico e a *periferia* da “dependência, subalternidade face às áreas

---

<sup>6</sup> DOMINGUES, Álvaro. (Sub) urbios e (sub) urbanos: o mal estar da periferia ou a mistificação dos conceitos? . In: Revista da Faculdade de Letras – Geografia I Série. Vol. X/XI. Porto, 1994, p. 5-18. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1588.pdf>. Acesso em 13 mar. 2008.

centrais e aos locais de destinos dos habitantes pendulares.” (DOMINGUES, 1994, p. 5). Nesse sentido, discursos foram criados na tentativa de preencher o vazio social, político e cultural da *periferia*.

No entanto, no que diz respeito à disseminação cultural, a divisão bipartidária das cidades em *centro* e *periferia* vem sendo modificada. Segundo Prysthon (2005), na pós-modernidade há uma crescente tendência à *descentralização* da cultura e vida urbana, fazendo com que novas dimensões culturais sejam estabelecidas. A autora coloca que, a sociedade contemporânea traz consigo nuances - a valorização do periférico, do exótico, do excêntrico – que desestabilizam as forças centralizadoras das grandes metrópoles.

### **Multiculturalismo: a periferia no centro, o centro na periferia.**

O antigo discurso de que o centro deveria levar cultura para periferia está ultrapassado. Na sociedade contemporânea, a disseminação cultural não ocorre mais em via de *mão única*, onde somente a cultura originada do centro é aquela aceita socialmente, mas sim, em via de *mão dupla*, numa constata troca multicultural entre periferia e centro.

Prysthon<sup>7</sup> argumenta que a produção cultural da periferia constitui uma nova tendência na teoria crítica, onde a cultura dá origem a uma nova moldura conceitual que afeta a própria idéia de *periferia*. Para ela, o *descentramento* ocasiona uma inversão de valores, onde o centro passa a fazer parte da periferia e a periferia do centro. A autora explica esse fenômeno a partir do multiculturalismo:

O multiculturalismo poderia ser brevemente definido como o momento em que a cultura periférica não apenas passa a ser percebida pela cultura central, como passa a ser consumida na metrópole; o ponto em que a diferença cultural passa a ser encarada como estratégia de marketing. (PRYSTON, 2003, p. 48)

Nesse contexto, o avanço tecnológico exerce fundamental importância no processo de *descentramento* cultural. Essa nova realidade tecnológica facilitou a produção artística das camadas periféricas, permitindo que os produtores da periferia

<sup>7</sup> PRYSTHON, Ângela – Margens do Mundo: a periferia nas teorias do contemporâneo. In: Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Vol. 1, Nº 21, (2003). Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/349>. Acesso em 14 de mar. 2008.



pudessem montar seus próprios estúdios gravação, onde se fazem necessários apenas um computador, uma mesa de som e um microfone. A partir daí, as músicas são gravadas em CD e repassadas aos vendedores ambulantes, os quais os vendem a um preço abaixo do mercado, permitindo, dessa forma, uma maior acessibilidade ao consumo dessas músicas por parte da *periferia*.

Canclini (1995) coloca que no momento em que passamos a exercer a condição de consumidores, passamos também a exercer cidadania, sendo o consumo então, uma forma de inserção social. Para o autor, as ações pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadania, sugerem uma percepção de mercado não apenas como simples lugar de trocas de mercadorias, mas como “parte de interações socioculturais mais complexas” (CANCLINI, 1995, p. 66). Nesse sentido, o autor coloca ainda, que o valor mercantil dos objetos não é algo contido naturalmente, é o resultado das interações socioculturais pelas quais os homens os usam.

Em seu livro *Consumidores e cidadãos*, o autor faz referência a colocação de Manuel Castells, na qual o *consumo* seria o lugar de onde se desenvolve os *conflitos entre classes* e que, estes ganham continuidade a partir da distribuição e apropriação dos bens. Portanto, “consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo”. (CANCLINI, 1995, p. 54).

É certo que a sociedade contemporânea vive um momento de grandes transformações, no que diz respeito à cultura, às formas de consumir e exercer cidadania. O mercado e a mídia despertaram para o fato de que a *periferia* é nicho de mercado da indústria cultural, é o lugar de onde nascem os circuitos musicais de grande lucratividade. Como também, são as camadas periféricas os maiores consumidores desses produtos, especialmente os televisivos. Desse modo, foi percebido que a *periferia* pode gerar lucro nos dois sentidos: como criadora/produzora para indústria cultural e como consumidor potencial desses bens simbólicos.

As favelas e periferias brasileiras e a pele negra, modeladas por séculos de exclusão e criminalização, vêm se tornando uma “mercadoria quente” na cultura urbana jovem, com a disseminação das expressões urbanas e estilos de vida vindos da pobreza que são um fenômeno global com visibilidade na cena cultural mundial. Como aconteceu com a cultura negra dos guetos



nos Estados Unidos, a cultura da pobreza e das favelas no Brasil ganha hoje visibilidade como uma fonte de significados e identidades.<sup>8</sup>

De fato, o cotidiano e a cultura da *periferia* inspiram diversas produções televisivas em suas distintas formas e representações. No entanto, Bentes<sup>9</sup> argumenta que essas representações são expostas de formas contraditórias. De um lado, nos telejornais diários, o jovem negro da periferia é retratado como criminoso e marginal, aquele pelo qual a sociedade teme. De outro lado, alguns programas televisivos representam a *periferia legal*, da festa e da música.

Entretanto, por qual motivo a Globo investe em produções que exaltam a pobreza das *periferias* brasileira? Ora, para agradar e seduzir as camadas periféricas. Como já foi dito anteriormente, são esses segmentos os consumidores potenciais dos produtos televisivos. Através dessas representações do cotidiano, onde a luta, o trabalho e, sobretudo, a alegria da periferia brasileira é exaltada, que a Globo constrói estratégias de comunicação para seduzi-la. Periferia essa, que argumenta está cansada de ser retratada apenas como ameaça social pelos telejornais.

Em seu livro *a Máquina do Narciso*, Sodré (1990) relata a atitude de um jovem da favela da rocinha no Rio de Janeiro ao ser entrevistado por uma pesquisadora. Esta pergunta o que ele gostaria de ver na televisão. Logo, o jovem sem hesitar, responde: “eu”. É nessa perspectiva que se desenvolve o discurso do *Central da Periferia*, o programa apresenta a periferia, digamos, por intermédio da própria periferia, que pode relatar aquilo que tem de melhor e pior.

### **Programa Central da Periferia**

A temática do programa *Central da Periferia* gira em torno do debate que diz respeito às relações socioculturais entre a *periferia* e os grandes centros urbanos, isto dando ênfase aos aspectos positivos das camadas periféricas e sem deixar de mencionar os problemas político-sociais existentes nessas comunidades. Seu formato

---

<sup>8</sup> BENTES, Ivana – O contraditório discurso da TV sobre a Periferia. Entrevista cedida a Revista Brasil de Fato, 2007. Disponível em <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/entrevistas/a-periferia-como-convem>. Acesso em 20 mar. 2008.

<sup>9</sup> BENTES, Ivana – O contraditório discurso da TV sobre a Periferia. Entrevista cedida a Revista Brasil de Fato, 2007. Disponível em <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/entrevistas/a-periferia-como-convem>. Acesso em 20 mar. 2008.

é uma mistura de gêneros televisivos, uma espécie de show musical entrecortado por reportagens e entrevistas. Possui um modelo de auditório invertido, onde a platéia não precisa deslocar-se até o estúdio cenográfico da emissora. Nele, o auditório é montado, ao ar livre, na própria periferia. Sendo esta, ao mesmo tempo, *atração e espectador*. O que o difere dos formatos tradicionais de televisão.

O programa retrata a vida, os dilemas e a cultura das camadas periféricas e tem como principal objetivo, apresentar circuitos musicais que nasceram nas periferias brasileiras sem depender das grandes gravadoras e da mídia. Muitos desses artistas, sequer gravaram oficialmente um disco e mesmo assim fazem grande sucesso nessas localidades e, muitas vezes, em todo o país. Como colocou (VIANNA, 2006).

O Central da Periferia não vai descobrir nada, não vai revelar nenhum novo talento desconhecido. A grande maioria das atrações musicais do programa é formada por ídolos de massa, já consagrados pelas multidões das periferias. Ou são projetos sociais que já influenciam decisivamente a vida de suas favelas, e contam com apoios internacionais. Mas que em sua maioria nunca apareceram na TV em rede nacional. O Central da Periferia não quer falar por esses ídolos e projetos periféricos, mas sim abrir espaço para amplificar as múltiplas vozes da periferia, para que elas conversem finalmente com o Brasil inteiro. Você não precisa gostar de nada que o Central da Periferia vai mostrar. Você só não pode ignorar que isso tudo está acontecendo, e que essa é a realidade cultural da maioria, em todo o Brasil.

O Central da Periferia estreou no dia oito de abril de 2006, esteve no ar por sete meses, desde essa data até novembro do mesmo ano. Foi exibido uma vez por mês, nas tardes de sábado por volta das 16h30 logo após o programa Caldeirão do Huck. Contou com sete edições gravadas nas *periferias* de sete distintas capitais brasileiras: Recife, São Paulo, Salvador, Belém, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Fortaleza. O programa faz parte do núcleo de produções do cineasta e diretor de televisão Guel Arraes, foi roteirizado pelo antropólogo Hermano Vianna e apresentado por Regina Casé.

Essa equipe, desde o início da década de noventa trabalha com produções que revelam a cultura e cotidiano das camadas periféricas, como é o caso do *Programa Legal*, do programa *Brasil Legal* e do programa *Muvuca*, exibidos pela Globo. O trio também produziu alguns quadros nesse mesmo formato para o Fantástico: *Minha periferia*, e *Central da Periferia: minha periferia é o mundo*, sendo os dois, fruto do programa *Central da Periferia*.

Nesse sentido, podemos dizer que apesar do Central da Periferia ser um programa direcionado, predominantemente, as camadas periféricas, o mesmo não causa estranheza perante outras classes sociais, já que seu formato trás marcas de antigas produções já consolidadas pela emissora, formatos que deram certo e que são aceitos pela audiência. A própria apresentadora Regina Casé é uma personalidade aceita entre todos os segmentos da sociedade. Possui uma imagem já consolidada, como *aquela que se interessa pelo outro*, que *dá voz aos excluídos* e, ao mesmo tempo, uma imagem *daquela que traz novidade*, imagem de *entretenimento garantido*.

Contudo, mesmo trazendo marcas de antigas produções, o programa Central da Periferia inovou em alguns pontos que o distingue dos formatos já existentes. O primeiro ponto, e mais importante, é a ousadia de apresentar a *periferia* por intermédio da própria *periferia*, de trazer para tardes de sábado o considerado *mau gosto*, o *brega* e o *exótico*. Como também, a forma positiva na qual o cotidiano e a pobreza dessa população é comparada.

### **Construções enunciativas: a intimidade, o grotesco, a identificação...**

Um enorme palco com aparelhagem eletrônica de última geração, muitas cores e luzes, formam o cenário dos programas. O auditório é montado entre casas, becos e vielas da periferia. Muitos desses moradores podem acompanhar aos shows das janelas e lajes de suas próprias casas, das casas dos vizinhos, de amigos...

Percebemos que o programa procura representar as *festas de bairros*, onde as camadas periféricas podem manifestar sua cultura sem que sejam submetidas a rótulos preconcebidos. Cria-se assim, um ambiente de *vizinhança* e *intimidade*. Sodré (2002) coloca que esse formato televisivo caracteriza-se por um *resgate a atmosfera de praça pública*, lugar onde são manifestados espíritos de comunidade, suas alegrias, violências, os costumes e gostos do povo.

No palco, as pessoas cantam e dançam com roupas provocantes, acessórios brilhantes e muitas, muitas cores. Regina Casé acompanha o visual e veste-se de acordo com os costumes de cada periferia. Na Cidade de Deus, a apresentadora usa roupas exageradas, decotadas e de cores fortes. Na Restinga, uma região fria e de

hábitos tradicionais e mais moderados, apresentadora usa roupas mais compostas, como casacos e blusões.

A técnica da *estética do grotesco* é percebida em ambos os programas. No entanto, na edição da Restinga de uma maneira mais *sutil* e na edição da Cidade de Deus de uma maneira *acentuada*. Nesse último programa, a apresentadora utiliza muitas gírias e expressões consideradas vulgares. Nos palcos, ambos os programas, utilizam recursos que apelam ao *rebaixamento de padrão*: a câmera focaliza pessoas dançando com roupas curtas e decotadas, sem contar que muitas das músicas apresentadas apelam ao sexo e erotismo.

### **No Rio de Janeiro é *favela*, no Rio Grande do Sul é *vila*.**

Percebemos que o programa Central da Periferia buscar representar as distintas *periferias* brasileiras, suas peculiaridades e seus modos de vida. Em nossa análise, observamos que ambos os programas seguem duas estratégias de representação dessas singularidades: a *identificação* e *caracterização* dessas periferias.

Na edição da Restinga, por exemplo, assim que é iniciado o programa, Regina Casé olha para platéia e diz “que periferia diferente essa aqui! O pessoal tá acostumado só com aquela molecada de calção, arrastando o chinelo, sem camisa... Nunca vi uma periferia de casaco...”. Referindo-se a platéia que, em sua maioria, é formada por pessoas brancas, de olhos claros e que, por conta da baixa temperatura no Rio Grande do Sul, estão vestidos com casacos e calças compridas. Com essa colocação, a apresentadora compara a *Restinga* às demais favelas brasileiras, enfatizando que se trata de uma região com aspectos peculiares.

No decorrer do programa são utilizadas pela apresentadora, *expressões típicas* da região, expressões que *identificam* aquela localidade. Tomemos alguns exemplos: as *favelas* são chamadas de *vilas*, os *jovens* são chamados de *guris* e o verbo *dançar* é chamado de *maxixar*. Para ilustrar essas expressões são exibidas, ao longo do programa, *imagens* que *caracterizam* essas particularidades. Essa *caracterização* é percebida em todos os ambientes do programa, onde as pessoas aparecem vestidas tradicionalmente, tomando *chimarrão* ou cantando e dançando *vanerão*, que é um ritmo típico da cultura gaúcha.

Em seu desenrolar o programa descreve, dentro do enquadramento da emissora, o que é ser gaúcho e, ainda, o que é ser gaúcho morador da periferia. Nesse sentido, parte das reportagens acontece no CTG - Centro Tradicionalista Gaúcho – localizado na própria periferia da *Restinga*. No Rio Grande do Sul, existem inúmeros Centros Tradicionalistas como esse, um lugar que conserva e ensina a tradição gaúcha para os jovens. Seus freqüentadores devem obedecer a uma série de regras, como por exemplo, não dançar muito próximo, não usar bonés e roupas decotada, vestir-se tipicamente, entre muitas outras.

Todas essas *identificações e caracterizações*, que foram citadas, situam o telespectador, rapidamente, de que se trata de uma *outra cultura*, de uma *outra região*, uma periferia que demonstra convergir mais com a cultura do Estado como um todo. No entanto, apesar das distinções culturais serem expostas, o programa não deixa de possuir *aspectos comuns* ao cotidiano de toda população pobre brasileira, de modo que as demais periferias também possam identificar-se com a localidade apresentada.

### **Comentários finais**

Em nossa pesquisa, compreendemos que a Globo constrói estratégias de comunicação para capturar audiência das camadas periféricas através dos seus *modos de dizer*. Percebemos no discurso do programa a recorrência de três modos de configurar as periferias: a periferia que tem *orgulho de ser pobre*, a *periferia solidária* e a *periferia independente*.

O primeiro modo compreende a idéia transmitida pelo programa, em que as camadas periféricas reconhecem seus problemas sociais e mesmo assim, preferem viver nessa condição. Preferem porque a periferia possui *qualidades* que não podem ser encontradas em outra localidade. Cria-se assim a significação, o sentido de *conformidade social* e de valorização da condição periférica.

No programa *Cidade de Deus*, Regina Casé conta aos telespectadores a trajetória de sucesso da cantora Tati Quebra Barraco “a Tati quando ganhou uma

graninha, comprou uma casa num *condomínio de classe média*, na Taquara, que é um bairro bem do ladinho da *Cidade de Deus*. Mas ela *destesta* ficar lá”. Em seguida inicia-se a entrevista:

**Regina Casé:** Essa é tua casa?

**Tati:** É essa é minha casa.

**Regina Casé:** Quanto tempo tem que você comprou essa casa?

**Tati:** Tem um ano.

**Regina Casé:** “A geral” falou para mim que você nem pára aí...

**Tati:** Não paro aqui...

**Regina Casé:** Seu negócio é ir para Cidade de Deus...

**Tati:** Eu gosto de tá junto com meu povo. Eu com meu povo a gente se entende... É favelado a gente desce o barraco...

(Regina Casé descreve a casa, mostra camas grandes, frigobar e ar condicionado, comparando-a a um hotel de luxo).

**Regina Casé:** Lá na Cidade de Deus você não sente falta do ar refrigerado e do frigobar?

**Tati:** Não. Não sinto falta, Regina... Eu sinto falta de lá! Daquele ventilador que quase não funciona, aquele que para dar uma volta demora um século (risos). Prefiro lá ainda!

Desse modo, várias características do cotidiano dessa população são exaltadas *positivamente*. Comparações entre viver na periferia ou em bairros de classe média são constantes nos programas. Nessa disputa, a periferia recebe as honras da vitória, pois sua população é mais receptiva, calorosa e *solidária* com o *outro*. Nesse sentido, é que desenvolve-se o nosso segundo aspecto, a *periferia solidária*. Isto é, a idéia da comunidade generosa, onde todos se conhecem e *partilham* dos mesmos sentimentos, opiniões e interesses.

No Programa da *Restinga*, Regina Casé caminha pelas ruas da favela e conversa informalmente com o cantor de Rap Mario Pesão, que fala do momento em melhorou sua condição financeira e mudou-se para um condomínio de classe média. Na época, sua esposa estava grávida e precisou de ajuda, mas ninguém do condomínio se propôs a ajudá-la. Regina Casé então, argumenta para os telespectadores, que *se fosse na favela* todos a ajudariam. Vejamos o diálogo:

**Regina Casé:** você viu a história que ele contou que loucura... Ele foi morar num prédio de classe média, a mulher dele tava ganhando neném, pediu ajuda e ninguém acudiu, todo mundo ouviu ela gritando. Ela perdeu o neném e podia ter morrido com uma hemorragia. E o que que aconteceu? Ninguém acudiu!

**Regina Casé:** se você morasse na favela naquela época e tua mulher fosse ganhar neném, todo mundo ia correr para ajudar...

**Mario:** aqui na periferia existe uma coisa, a gente é muito solidário. É por isso que eu *não troco a periferia* por lugar nenhum.

Contudo, entre os três modos elencados, o que recebe maior entonação é a *periferia independente*, a inversão de valores da qual falamos anteriormente. O principal objetivo do programa é apresentar circuitos musicais que nasceram nas *periferias*, longe dos centros e sem depender da grande mídia e de gravadoras. A *periferia* agora é autônoma e não necessita mais dos grandes centros urbanos para produzir e disseminar sua cultura. Para tanto, ambos os programas descrevem os artificios utilizados por esta população para mudar sua condição e buscar oportunidades.

Podemos dizer que, através dessas estratégias de enunciação, o programa busca *contrastar* com as demais representações midiáticas da *periferia* brasileira, em especial o telejornalismo. Isto é, a *periferia* como problema social, o berço da criminalidade. Desse modo, busca apresentar a idéia de que na *periferia* existe sim o crime e o tráfico, mas que a maioria da sua população é formada por pessoas batalhadoras e que lutam por uma inclusão social. Uma população criativa que, com recursos próprios, desenvolveu uma grande indústria fonográfica.

A Periferia reivindica ser reconhecida devidamente, como coloca a Regina Casé no próprio programa “ se quiser falar de nós vê se fala direito”. O Central da Periferia, abre espaço para essas manifestações, dentro do enquadramento do programa, claro. Sem dúvida, um espaço conquistado pela periferia, mas que não deixa de fazer parte das aspirações mercadológicas da emissora Rede Globo.

Gostaríamos de acrescentar que apesar do foco do nosso trabalho ser as estratégias discursivas do *Central da Periferia*, não poderíamos deixar de direcionar nosso *olhar* também para o *lado social* do programa. Este traz contribuições significantes para que possamos compreender as transformações culturais da sociedade contemporânea, um fenômeno que não pode ser ignorado e que nos faz repensar a própria idéia de *periferia*. Poderíamos classificá-la ainda como subalterna? Excluída? Talvez, como consequência de todas essas transformações, a mídia passou a enxergar esse segmento da população como *cidadão*.

No entanto, não a cidadania conquistada somente a partir do momento que assumem a condição de consumidores, como coloca Canclini, mas sim, a cidadania conquistada através da cultura. Uma cultura como forma de inclusão social, que



elimina barreiras e provoca mudanças. No caso das periferias brasileiras, mudanças significativas que ocasionaram o surgimento de uma indústria fonográfica periférica, que a inseriu no mercado consumidor, seja como *produtora* ou *consumidora* potencial desses bens simbólicos. Acreditamos que devemos repensar sim a relação entre *centro* e *periferia*, mas não no sentido de compararmos de onde emana a cultura, mas no sentido de entender essa relação como uma constante troca *multicultural* entre centro e periferia.

## REFERÊNCIAS

BENTES, Ivana – **O contraditório discurso da TV sobre a Periferia**. Entrevista cedida a Revista Brasil de Fato, 2007. Disponível em <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/entrevistas/a-periferia-como-convem>. Acesso em 20 mar. 2008.

BUENO, Francisco da Silveira. **Mini dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Editora FTDA, 2001.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CHARAUDEAU, Patrick. **O Discurso das Mídias**. Tradução Angela S.M. Corrêa . São Paulo: Contexto, 2006.

DOMINGUES, Álvaro – **(Sub) úrbios e (sub) urbanos: o mal estar da periferia ou a mistificação dos conceitos?** . In: Revista da Faculdade de Letras – Geografia I Série. Vol. X/XI. Porto, 1994, p. 5-18. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1588.pdf>. Acesso em 13 mar. 2008.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e Cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PRYSTON, Ângela. Negociações na periferia: mídia e jovens no Recife. In. PAIVA; BARBALHO (orgs.). **Comunicação e Cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. (p.99-113)

\_\_\_\_\_. Margens do Mundo: a periferia nas teorias do contemporâneo. In: **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Vol. 1, N° 21, (2003). Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/349>. Acesso em 14 de mar. 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar Mídia?** Tradução Milton Camargo Mota São Paulo: Loyola, 2002.



SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

\_\_\_\_\_. **A máquina do Narciso**. São Paulo: Cortez, 1990. Biblioteca da educação. Série 5, vol. 3.

VIANNA, Hermano – **Manifesto de Hermano Vianna**. Disponível em [http://www.overmundo.com.br/imprime\\_blogs/manifesto-de-Hermano-vianna](http://www.overmundo.com.br/imprime_blogs/manifesto-de-Hermano-vianna). Acesso em 19 de março de 2008

ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos. (orgs.) -5ª ed. **Um século de Favela**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006.