



## “Mapas urbanos”: simulacro, baianidade e reafirmação de estereótipos<sup>1</sup>

Nínive BORGES<sup>2</sup>

Ana Paula dos SANTOS<sup>3</sup>

Rafael GUEDES<sup>4</sup>

Antônio XAVIER<sup>5</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA.

**Resumo:** Com base em estudos identitários e de comunicação regional/local, o presente artigo analisa o quadro “Mapas Urbanos” do programa “Mosaico Baiano”, da Rede Bahia, a fim de identificar de que maneira ele constrói a imagem da Bahia e as implicações desse processo. Para isso, são utilizados vídeos e informações contidas no site do programa ([www.portalbahia.com.br/mosaico](http://www.portalbahia.com.br/mosaico)) e duas edições do quadro, para que sejam feitas análises de seu formato e de como é constituído o conceito de *baianidade* através dele.

**Palavras-chave:** Mapas Urbanos; baianidade; simulacro; estereótipos.

### Introdução

O “Mosaico Baiano” é um programa da Rede Bahia transmitido aos sábados às 13h e 45min. Ele é um programa de entretenimento com quadros de formatos diversificados, que trata de questões culturais e de comportamento. O texto de apresentação na sua página na internet<sup>6</sup> o define da seguinte maneira: “No programa você confere uma mistura de temas diversos, conectada com a efervescência baiana. Um espelho do que acontece em nosso estado. Um mosaico do melhor da Bahia, o Mosaico Baiano.”

O programa preenche parte do espaço dedicado a programação regional dentro da Filiada da Rede Globo, a qual possui sua grade de programas retransmitida pela emissora. Por ter um alcance (meio televisivo) somente no estado da Bahia, o “Mosaico Baiano” se encaixa no padrão de mídia regional, o qual se baseia, principalmente, na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 7º semestre do curso de Comunicação Social/Rádio e TV da UESC, email: [ninivelb@gmail.com](mailto:ninivelb@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação. 7º semestre do curso de Comunicação Social/Rádio e TV da UESC, email: [apnsantos1@gmail.com](mailto:apnsantos1@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação. 7º semestre do curso de Comunicação Social/Rádio e TV da UESC, email: [camacan86@hotmail.com](mailto:camacan86@hotmail.com)

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social/Rádio e TV da UESC, email: [xavierfolk@hotmail.com](mailto:xavierfolk@hotmail.com)

<sup>6</sup> <http://www.portalbahia.com.br/mosaico/wp-home.php/principal>



informação gerada em determinado território, com valorização da identidade e cultura do lugar. Entretanto, segundo Cecília Peruzzo (2005, p. 5) “ela não é monolítica. Não há uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo”.

Para entendermos de que forma é esse comprometimento do programa com os fatos relacionados à cultura baiana e como isso pode influenciar na construção da identidade do estado, faremos uma análise do quadro “Mapas urbanos”, que possui uma proposta que mais se assemelha a do programa como um todo, com maior comprometimento na abordagem cultural. Nele, a repórter e atriz Maria Menezes percorre algumas áreas com o objetivo de mostrar a identidade de cada comunidade e contar um pouco da história de seus moradores de forma descontraída.

### **“Mapas Urbanos”: um retrato da Bahia?**

De acordo com o site do “Mosaico Baiano”, o quadro “Mapas Urbanos”: “mostrará sempre um bairro ou uma área por sua arte, cultura ou personagens. Um quadro com pitadas de dramaturgia, humor e linguagem inusitada.” Diante dessa descrição, o quadro é considerado grande aliado para a montagem de um “mosaico” construído pelo próprio povo baiano. Em sua apresentação no site, Maria Menezes afirma que vai percorrer por bairros soteropolitanos, o que pode ser comprovado em algumas edições que já foram ao ar, com visitas ao bairro Uruguai<sup>7</sup> e ao bairro dos Barris<sup>8</sup>. Nessas edições, a repórter entrevista os moradores dos bairros e pergunta sobre as principais características do lugar e as curiosidades das pessoas e do ambiente, destacando os casos mais curiosos e inusitados.

Podemos constatar, desde a própria definição do quadro, certa contradição em relação à proposta geral do programa e uma tendência a representar os baianos como se todos tivessem o modo de viver daqueles que moram em Salvador e no Recôncavo. Dessa maneira, as edições do quadro, citadas acima, constroem uma imagem da Bahia como se fosse a união dos bairros da capital, em detrimento dos costumes e características dos nativos das demais regiões do estado, que, por conta disso, não se identificam com o que chega até eles através do programa.

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=KxWjvLy348Yv>

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=rsySSSS0oec>



Com isso, observamos uma inversão da realidade, ou seja, um simulacro, que nada mais é que uma cópia ou reprodução imperfeita; já que a realidade vista e lida não é a realidade vivida por todos os baianos, e sim por uma minoria. O sociólogo francês David Lyon (1998) comprova tal apontamento afirmando que os simulacros

não se referem a nada a não ser a si mesmos. As mensagens dos meios de comunicação, como os anúncios de TV, são exemplos típicos. [...] Os signos perdem o contato como as coisas significadas; o final do século vinte é testemunha de uma destruição de significados sem precedentes. (LYON, 1998, p.30)

Jean Baudrillard<sup>9</sup> (1991) é quem surge com a tese de que vivemos na sociedade dos simulacros, sendo que a sua análise sociológica desloca-se para os meios de comunicação de massa. Ele afirma que diferente das sociedades nas quais os intercâmbios simbólicos ocorriam face a face, nossa realidade é mediada pelos meios de comunicação, que une distâncias enormes e assume forma de montagem, produzindo um efeito peculiar e alterando nossa forma de compreensão da realidade. Partindo dessa linha de pensamento, o quadro “Mapas Urbanos”, longe de ser um espelho da Bahia, é responsável por fugir dos objetivos do programa, na medida em que baseia seu discurso e conteúdo na cidade de Salvador. Com isso, o quadro se distancia de grande parte dos telespectadores, já que não evoca as especificidades locais para cada um deles, especificidades estas caracterizadas por Lopez Garcia (1999) como

aquilo que se pode ver, tocar, aprender e, portanto, ser compreendido. Sem dúvida, é desde os espaços locais que se definem os contornos da vida diária, onde se constrói a personalidade social e onde se faz a aprendizagem social. (GARCIA, 1999, p. 247)

Nesse sentido, o quadro contribui para uma constante reafirmação do discurso generalizado acerca dos baianos, que se fortalece cada vez mais entre os moradores de Salvador, “a partir da admiração narcisista do próprio perfil” (MOURA, 2005, p. 87). Além disso, pelo fato da Rede Bahia ser uma filial da Rede Globo, parte do que se é produzido regionalmente é passado para a rede nacional, que exerce o papel de difusora do que se é produzido no estado. Dessa forma, a imagem da Bahia é difundida de forma universal, com restrições de costumes e hábitos, muitas vezes reproduzidos na mídia nacional como sendo uma cópia da cultura do Pelourinho, bairro histórico da cidade de Salvador, que ganha cada vez mais fama na emissora nacional. Tal confusão cultural pode ser explicada pelo fato da constante exposição da mídia de uma Bahia que já não corresponde à atualidade. A identidade baiana se transformou num verdadeiro caldeirão

---

<sup>9</sup> Jean Baudrillard (Reims, 27 de julho de 1929 - Paris, 6 de março de 2007) foi um sociólogo e filósofo francês.



cultural que não pode mais ser limitado a uma ou duas características trazidas da época colonial. Para Milton Moura (2005, p. 88) “(...) a Bahia comparece como referência emblemática do passado colonial e da herança africana” em grande parte das referências feitas ao estado na mídia, que colabora para a disseminação de sua identidade, a famosa *baianidade*.

### **A *baianidade* em questão**

A construção identitária, sem dúvida, é fundamental em toda sociedade. O reconhecimento e reafirmação de hábitos e costumes constituem-se uma forma de valorização cultural. O perfil de uma sociedade é formado através dos chamados textos identitários que “são aqueles que anunciam, mais explícita e nitidamente, o perfil de um sujeito, um grupo ou uma sociedade de milhões de pessoas” (MOURA, 2005, p.82). A partir dessa linha de pensamento, nasce um dos mais fortes e famosos conceitos conhecidos em toda a mídia, o conceito de *baianidade*. Segundo Milton Moura (2005), a *baianidade* nada mais é que o

(...) texto identitário que se tornou hegemônico, nas últimas décadas, no sentido de organizar as referências culturais da região que corresponde a Salvador e o Recôncavo. Fizemo-nos profissionais e militantes de nosso anúncio para nós mesmos e o mundo. (MOURA, 2005, p. 86)

Sendo assim, o quadro “Mapas Urbanos”, com sua abordagem restrita a região de Salvador, contribui para a construção de uma Bahia idealizada que habita o imaginário de muitas pessoas que não tiveram nenhum outro contato com estado que não fosse feito através de algum meio de comunicação. Dessa forma, cada vez mais é enraizada e disseminada a idéia de que todos os baianos são iguais aos soteropolitanos, afirmativa que, segundo Stuart Hall (1999), caracteriza-se como uma associação conflitante, já que

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 1999, p. 13).

“Mapas Urbanos”, ao contrário das definições de seus produtores, apresenta a Bahia onde o baiano é mostrado de forma estereotipada, transmitindo uma imagem distorcida da realidade dos baianos, que vivem em diversos lugares do estado. Com isso, a audiência do quadro se encontra, de certa forma, impedida de fazer maiores



interpretações das imagens que lhes é passada, pois “um estereótipo sugere uma imagem amplamente difundida que é bastante distorcida e simplista, e que provoca uma atitude favorável ou desfavorável em relação à localidade” (KOTLER, 1994, p. 152), proporcionando aos telespectadores um julgamento antecipado.

Complementando a análise de Kotler, Milton Moura (2005) afirma que estereótipo e a *baianidade* são conceitos que “facilitam” a identificação dos baianos pelos telespectadores e ganham cada vez mais espaço midiático, pois

Os próprios visitantes, repórteres, escritores, artistas, e pesquisadores, através da acumulação de uma literatura de maravilhamento, contribuem também para plasmar o caráter “específico” de um lugar. Assim, algumas cidades tornam-se sedes do exótico e o círculo se completa com a auto-exotização do local pela própria elite intelectual e artística local. (MOURA, 2005, p.84)

Sendo assim, tal explanação justifica o fato da atriz Maria Menezes comandar o “Mapas Urbanos” atuando pelas ruas da cidade de Salvador com roupas coloridas e jargões como “pitoresco”, usado para definir algo peculiar e inovador e que já virou sua marca registrada. Além disso, podemos perceber através do sotaque acentuado e da simpatia demasiada da personagem, que o quadro é todo produzido de forma caricata.

Consequentemente, a repórter e o seu quadro comprovam o que é defendido pelo autor baiano Milton Moura (2005, p. 86) de que “Especializamo-nos no próprio acontecimento de *ser baiano*, em nos dizermos baianos; vestimos a nossa fantasia a ponto de tomá-la, muitas vezes, como nosso traje cotidiano. É um narcisismo”. Ou seja, o autor identifica um fenômeno curioso na mídia da região que é a confirmação dos estereótipos por parte dos próprios baianos.

### **Considerações finais**

Diante do que foi exposto, podemos observar que a mídia regional tem grande influência na construção da identidade baiana. No quadro “Mapas Urbanos” a dinâmica de percorrer por lugares inusitados para compor o “Mosaico Baiano” se apresenta, inicialmente como uma idéia inovadora e com uma abordagem típica de uma programação regional. Entretanto, a limitação de visitas apenas aos bairros e áreas de Salvador veiculou na mídia uma imagem do estado da Bahia repleta de estereótipos. A mais significativa é a de que os baianos são todos iguais, tendo como referência apenas os moradores da região metropolitana.



Através da apresentação de um simulacro da Bahia, o quadro mantém um discurso de reafirmação da *baianidade* tratada na mídia nacional. O programa “Mosaico Baiano”, portanto, apesar do alcance ser estadual, consegue reconhecimento e identificação apenas na cidade sede da Rede Bahia (Salvador) e cidades vizinhas. Além disso, o programa, através desse quadro, reafirma a *baianidade* de forma caricata, como uma propaganda das belezas naturais e do povo, sempre feliz, com sotaque arrastado e paciência acentuada.

Em suma, o quadro “Mapas Urbanos” é responsável pela construção da identidade da Bahia, que muitas vezes não é reconhecida por grande parte dos baianos e que se distancia dos objetivos do programa em que está inserido. Por conta disso, parte da população corre alguns riscos, “um dos riscos, aliás, que nós corremos e que se exprime no nosso dia-a-dia é nos tornarmos ou nos considerarmos exóticos dentro da nossa própria cultura.” (DEPIEVE E FRIAS, 2002, p. 183). Portanto, é importante ressaltar que alguns produtos midiáticos devem ser considerados apenas diferentes perspectivas, que podem ou não serem agregadas às referências identitárias individuais.

## Referências

BOUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**. Relógio D`água. 1991.

CORREIO. “**Mosaico Baiano**” comemora duas temporadas no ar. Disponível em <http://correio24horas.globo.com/noticias/noticia.asp?codigo=30094&mdl=49>, acesso em 29 de out.2009.

DEPIEVE, Arthur. FRIAS, Lena. Mídia e cultura brasileira. In: Almeida, Cândido José Mendes de ET. Ali (orgs). **Cultura brasileira ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago.2002.pp167 – 183.

GLOBO. **Mosaico Baiano:quadros**. Disponível em: <http://ibahia.globo.com/mosaico/quadros>, acesso em: 26 out.2009.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

KOTLER, Philip. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

LOPEZ GARCIA, Xosé. Médios locais do futuro e com o futuro. In: LEDO ANDION, M; KUNSCH, M. K. (Orgs.) **Comunicacion audiovisual**: investicaci3n e formaci3n



---

**universitárias.** II Colóquio Brasil-Estado Espanhol de Ciências da Comunicación. Universidad de Santiago de Compostela/ INTERCOM, 1999.

LYON, David. **Pós – Modernidade.** 2 ed. Editora: Paulus, 1998.

MOURA, Milton. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Cultura e atualidade.** Salvador: EDUFBA, 2005. (Coleção Saladeaula, vol. 2, p. 77-90).

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Midia regional e local: aspectos conceituais e tendências. In: **Universidade Metodista de São Paulo. Comunicação & Sociedade.** São Bernado do Campo: Editora da UMESP, 1979 (Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social, ano 26, nº43, 1º sem. 2005, p.67-84).  
SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura:** A comunicação e seus produtos. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

YOUTUBE. **Mosaico Baiano – Maria visita o bairro dos Barris.** Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=rsySSSS0oec>. Acesso em: 29 out. 2009.

YOUTUBE. **Mosaico Baiano – Maria visita o bairro dos Barris.** Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=KxWjvLy348Y>. Acesso em: 29 out. 2009.