

Sob o céu: luta por reconhecimento dos moradores de rua de Curitiba a partir de um estudo de recepção midiática

Kelly Prudencio¹, Luciane Belin²

Resumo

O artigo analisa aspectos da recepção midiática que os moradores de rua do centro de Curitiba empreendem no seu cotidiano. A partir das perspectivas dos Estudos Culturais ingleses e dos Estudos de Recepção latino-americanos, e da realização de entrevistas com 27 moradores de rua, foi possível observar que o contato desses sujeitos com os meios de comunicação passa por processos de mediação característicos da cultura da rua. Essas mediações estão relacionadas às maneiras pelas quais o Movimento Nacional da População de Rua (MNPR) se articula com o Ministério Público do Paraná. O que se verificou foi um consumo de informação mais intenso do que poderia se esperar e que notícias relacionadas a entretenimento assumem valor de coesão entre aqueles que se encontram na mesma situação. A comunicação no contexto da recepção midiática se apresenta como meio de mobilização política para o reconhecimento dessas pessoas como sujeitos de direitos.

Palavras-chave: Midiática. MNPR. Comunicação. Mobilização Política. Reconhecimento.

Abstract

The article examines aspects of media reception that the homeless of downtown Curitiba undertake in their daily lives. From the perspective of the British Cultural Studies and Latin American Reception Studies, and from interviews with 27 homeless, it was observed that contact of these individuals with the media occurs in different ways, through mediation processes of street culture. These mediations are related to the ways in which the National Movement of Street Population (MNPR) works in association with the prosecution of Paraná State. What we found was a more intense use of information that could be expected and that related entertainment news assumes value of cohesion among those who are in the same situation. The communication in the context of media reception is presented as political mobilization for the recognition of these individuals as subjects of rights.

Keywords: Media Reception. Mnpr. Communication. Political Mobilization. Recognition.

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná e líder do grupo de pesquisa Comunicação e Mobilização Política (CNPq). Doutora em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: kelly.prudencio5@gmail.com.

² Jornalista, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. E-mail lucianebelin@gmail.com

Introdução

O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), órgão do governo federal brasileiro, caracteriza como indivíduo em situação de rua todo cidadão que se afastou do lar, pelos mais diversos motivos: desde a ausência de uma família até o isolamento causado pelo consumo excessivo de drogas ou a discriminação. O “morador de rua” é aquele que pertence a

um grupo populacional heterogêneo que tem em comum a pobreza, vínculos familiares quebrados ou interrompidos, vivência de um processo de desfiliação social pela ausência de trabalho assalariado e das proteções derivadas ou dependentes dessa forma de trabalho. Sem moradia convencional regular, adota a rua como o espaço de moradia e sustento. Naturalmente, existem muitas outras especificidades que perpassam as pessoas em situação de rua e devem ser consideradas, como gênero, raça/cor, idade e deficiências físicas e mentais³.

Ainda de acordo com o MDS, 71 municípios brasileiros com mais de 300 mil habitantes concentravam em 2008 o total de 31.922 pessoas em situação de rua – destas, Curitiba possuía o terceiro maior número, então com 2.776 moradores, sem considerar as cidades da sua região metropolitana. Embora seja o levantamento mais recente, este número é questionado nos últimos anos pelas entidades que trabalham junto a este público – a Fundação de Ação Social da Prefeitura Municipal de Curitiba, que se baseia em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e o Movimento Nacional da População de Rua (MNPR). Ambos consideram que este dado hoje ultrapassa os 3 mil, de acordo com reportagem publicada pelo jornal paranaense Gazeta do Povo, em abril de 2013.

Com perfis variados, em sua maioria levados às ruas pelos motivos apontados pelo MDS, os indivíduos não têm histórias de vida nem características sociais e pessoais similares. O levantamento do MDS verificou que, dos quase 32 mil moradores de rua identificados, a maioria é formada por pessoas em idades consideradas economicamente ativas – acima de 18 anos. A parcela que se refere aos homens é de 82%, estando 69,5% destes na faixa etária de 25 a 54 anos, enquanto a feminina tem uma concentração maior entre 18 e 34 anos, onde estão 52,2%. “Com relação à raça/etnia, 39,1% das pessoas em situação de rua se declararam pardas para 29,5% que se declararam brancos e 27,9% consideraram-se pretos” (MDS, 2008, p. 10).

Estes números se mostram bastante significativos também se relacionados ao percentual de indivíduos empregados: 70,9% relataram ter algum tipo de trabalho, enquanto 15,7% assumiram sobreviver pedindo dinheiro. Outro dado a ser considerado é a escolaridade constatada pelo MDS – 74% dos moradores de rua entrevistados

³ Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Disponível em http://www.mds.gov.br/sites/banner-internas/politica-da-populacao-em-situacao-de-rua-e-bpc-na-escola/versao_da_pnpr_para_consulta_publica.pdf/download. Acesso em 21 de abril de 2010

sabem ler e escrever, enquanto 8,3% sabem redigir apenas o próprio nome e 17,1% são analfabetos. Dos participantes da pesquisa, 5% afirmaram também ainda estar estudando em ensino formal ou profissionalizante. Já os dados locais, levantados pela FAS também em 2008, identificaram 7% de não alfabetizados, 14% com ensino médio e 75% com ensino fundamental.

Os números indicam que essa população é majoritariamente alfabetizada, podendo por isso acessar os meios de comunicação, sejam impressos ou audiovisuais, e realizar leituras de seus produtos. E muito embora seja *objeto* de tratamento jornalístico, quando se fala, por exemplo, de políticas de combate à mendicância, dificilmente ela é *sujeito* com direito à fala.

Ao analisar os processos de trocas comunicativas junto a este público, foi possível perceber que existe uma relação entre meios de comunicação e moradores de rua. Para isso, a perspectiva dos estudos de recepção se apresentou pertinente, na medida em que considera a existência de mediações no processo de transmissão da informação. Esse conceito sugere que a recepção engloba mecanismos que interferem na forma como a mensagem será interpretada. No caso dos sujeitos analisados, tais mecanismos podem ser tanto as condições de vida quanto as relações entre os indivíduos deste segmento social com as instituições que os apoiam e a diferença entre o tempo da transmissão e o contexto de recebimento.

Este artigo pretende, portanto, contribuir para a compreensão deste fenômeno, analisando-o sob o ponto de vista da população em situação de rua.

Mergulho no universo da rua

O senso comum relacionado a essa população é de que ela é formada por indivíduos incultos e analfabetos, com pouco ou nenhum contato com os meios de comunicação, o que os torna alienados e ignorantes dos acontecimentos da sociedade e incapacitados – ou desencorajados – a lutar por mudanças ou buscar melhorias em sua condição social. Ou seja, supondo-se que o contato com os meios de comunicação existe, o morador de rua pode ser considerado então o receptor indefeso descrito nas primeiras tentativas de sistematização teórica sobre a comunicação de massa. Um indivíduo desprovido de consciência crítica, que simplesmente recebe a mensagem da mesma forma que os demais, sem capacidade ou intenção de interpretação.

Segundo Wolf, estas teorias postulavam que “a massa é constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais” (WOLF, 2001, pg. 25). Portanto, supondo que os moradores de rua se expõem aos meios de comunicação e que seja aceito o senso comum, tal conceito poderia ser aplicado a eles.

Diante da imagem criada dos moradores de rua, algumas importantes questões

podem ser levantadas. Como se dá o processo de convívio social e circulação das mensagens midiáticas entre os moradores de rua? Como manejam os produtos e o que isso representa no seu cotidiano? Qual seu posicionamento diante das informações recebidas e diante da imagem que a imprensa cria sobre a população que vive nas ruas? As respostas para esses questionamentos são indispensáveis para mapear a cultura dos moradores de rua.

Para analisar a problemática e reunir informações que ajudem na compreensão deste tema, duas bases teóricas nortearam esta pesquisa: os Estudos Culturais e os Estudos de Recepção. A análise dos dados coletados foi norteada pela segunda perspectiva, levando em consideração o papel ativo do receptor em questão. Os estudos de recepção questionam as primeiras teorias da comunicação norte-americanas que criaram o modelo comunicativo “condutivista” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.41). Na concepção de Jesús Martín-Barbero, esta epistemologia de simples condução da informação engana-se ao pregar que

a iniciativa da atividade comunicativa está toda colocada no lado do emissor, enquanto do lado do receptor a única possibilidade seria a de reagir aos estímulos que lhe envia o emissor. Essa concepção epistemológica condutista realmente faz da recepção unicamente um lugar de chegada e nunca um lugar de partida, isto é, também de produção de sentido. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.41).

De acordo com ele, estas escolas, em especial a *Mass Communication Research* e a teoria cibernética da informação, não levam em consideração o papel do receptor nem as transformações sofridas pela mensagem no processo comunicativo. Tais perspectivas contribuíram de forma importante para os estudos de mídia, principalmente com as descobertas dos efeitos limitados e da atividade da audiência, tendo também desenvolvido estudos de recepção, traçando perfis dos públicos e chegando a elaborar a conhecida hipótese dos usos e gratificações, segundo a qual os receptores fazem um uso muito pragmático dos meios e mensagens midiáticas (LAZARFELD, 1940; LAZARFELD & MERTON, 1948; LASWELL, 1948; KATZ & LAZARFELD, 1955; KATZ, 1957; KATZ, BLUMER, GUREVITCH, 1974).

A crítica de Martín-Barbero se dirige ao “vício” de interpretação que o modelo condutivista lega da noção de “atomização” dos indivíduos menos instruídos. Sua defesa é pelo entendimento do processo de comunicação como algo mais abrangente e da recepção não como etapa, mas como momento. Assim, os estudos latino-americanos defendem que as já mencionadas mediações os processos comunicativos são mecanismos que interferem na forma como a mensagem será interpretada. Uma delas é o conceito de “destempos” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.44), que se insere no contexto como uma anacronia do processo. A mensagem é transmitida em um determinado contexto e é passível de variações se levados em consideração os processos

de transição entre o emissor e o receptor.

No caso deste trabalho, para investigar o contexto da recepção, foram realizadas entrevistas com 27 moradores de rua nos ambientes que costumam se reunir, nas proximidades dos abrigos. Os aspectos explorados foram a relação deles com as informações dos meios de comunicação e como fazem para que informações referentes a eles cheguem aos seus destinatários. O que se verificou foi um consumo de informação mais intenso do que poderia se esperar e que notícias mais relacionadas a entretenimento assumem um valor de coesão entre aqueles que se encontram na mesma situação.

Outro aspecto é que a comunicação se apresentou como um importante recurso de mobilização política para a luta por reconhecimento, principalmente por conta do trabalho desenvolvido pelo Movimento Nacional da População de Rua, principal articulador, o que será tratado a partir de Tarrow (2009), Maia (2010) e Mendonça (2007).

Uma comunidade sem lugar

Por meio de iniciativas como o Movimento Nacional da População de Rua (MNPR), este grupo social busca algum tipo de organização para reivindicar seus direitos. Criado em 2005, o movimento é uma organização que reúne representantes em quase todos os estados brasileiros e que faz a ponte entre seus representados e os governos. Com lideranças regionais compostas por atuais ou ex-moradores de rua recentes, este grupo colhe as reivindicações da categoria e as leva a entidades como as Fundações de Ação Social, coletivos e ONGs, Ministério Público e o próprio governo federal, além de apresentar indivíduos as principais novidades sobre as conquistas do “povo da rua”, como este grupo se intitula.

Os participantes do MNPR são muito presentes no dia a dia desta população, atuando em diversos aspectos, entre eles a comunicação entre os indivíduos. Entretanto, a maneira como interagem entre si e a forma como recebem, interpretam e carregam para sua vida as informações da mídia são características a eles. Ou seja, ler jornal ou revista, ver televisão, ouvir rádio, ou conversar sobre as notícias é uma decisão individual que pode também revelar uma representação cultural.

Para respeitar essa decisão e obter uma resposta natural, as entrevistas para o desenvolvimento desta pesquisa foram realizadas em ambientes de familiaridade dos entrevistados – centros de convivência, nas salas de reunião do MNPR, que acontecem no prédio do Ministério Público do Paraná, e nas ruas. “Fica claro que não podemos desvincular o receptor de seu espaço social de recepção e que esse espaço social é diferenciado e institui sociabilidades e modalidades diferenciadas de recepção” (SOUSA, 1995. p. 119).

Essa influência da ambientação do sujeito que recebe a informação é mais um dos muitos fatores que podem influenciar na interpretação da mensagem que chega

a ele. Outro fator que pode ser apontado como um destempero é o desnível entre as realidades desta população e a dos produtores de notícias. As diferentes experiências de vida fazem com que as bagagens de informação carregadas por quem vive nestas condições sejam muito diferentes do cotidiano de quem está nas redações e estúdios de rádio e TV, o que faz com que o sentido da informação seja muito distinto para ambos. É exatamente por esta mediação no processo comunicativo que se justifica a colocação da população de rua como um dos segmentos sociais chamados subalternos, valorizados pela perspectiva dos Estudos Culturais e passíveis de investigação sob os principais pontos debatidos nos Estudos de Recepção. A própria página do MNPR na internet diz que esse grupo se caracteriza por

um conjunto de reivindicações provocadas pela violação e negação dos direitos das pessoas que no desespero extremo acabam por ter a rua como único lugar de moradia e sobrevivência, onde as violações dos direitos se intensificam⁴.

Três tipos de interesses

Por se tratar de um trabalho realizado sem nenhum conhecimento prévio do universo analisado e por objetivar o abandono do senso comum, a pesquisa não levantou previamente nenhuma hipótese de resultados. Encarar os moradores de rua como sujeitos foi possível utilizando 27 entrevistas semiestruturadas com abordagem livre, com um pré-roteiro flexível, a partir do qual as questões foram adaptadas a cada entrevista, de acordo com as respostas e sinalizações dos inquiridos. Também foram feitas duas abordagens em grupo com pessoas que moravam na rua no momento da conversa.

Como já mencionado anteriormente, todas as aproximações foram realizadas em ambiente familiar aos entrevistados – os centros de convivência, os abrigos, uma casa de recuperação para ex-moradores de rua e os próprios ambientes de “moradia” dos indivíduos. Todas as entrevistas foram gravadas e posteriormente decupadas, com o cuidado de descrever o momento de interação, os gestos, olhares, silêncios e recusas em responder. Essas indicações não verbais foram levadas em consideração no momento da análise do material reunido durante as entrevistas, o que permitiu a percepção da existência de uma pluralidade de opiniões e de comportamentos divergentes diante das informações veiculadas pelos meios de comunicação. A diferença de opiniões apresentou-se especialmente em relação ao papel dos meios de comunicação na vida dessas pessoas.

De maneira geral, predomina o interesse por notícias relacionadas ao “Esporte”, a assuntos “Locais” e “Policiais”, além de “Drogas” e “Violência”. Os meios de comunicação foram considerados importantes por grande parte dos entrevistados e

⁴ Disponível em: http://www.falarua.org/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=80. Acesso em 28 de outubro de 2010.

é perceptível que esses têm um caráter tanto de distração e entretenimento, quanto de busca de informação e que influenciam a rotina desses indivíduos, mesmo que indiretamente.

Entre os que já se encontram em momento de transição e reintegração social, o rádio é claramente o meio mais visado como veículo de informação e entretenimento, enquanto para os então “atuais” moradores de rua, este é o de mais difícil acesso. Para estes, a televisão está presente nos abrigos e nos centros de convivência, assim como exemplares de jornais de distribuição gratuita. Demais jornais e revistas são visualizados na cidade, através de exemplares descartados pelos consumidores iniciais. As capas de jornais diários expostas nas bancas de revistas também funcionam como fontes de informação, conforme frisou um dos entrevistados, quando explicou que a atualização diária da população de rua ocorre durante os períodos em que permanecem nas filas à espera de alimentação, lazer ou abrigo:

A gente já vê as capas dos jornais aqui na banquinha. Ali na esquina [nas proximidades do Centro de Convivência João Dorvalino Borba] tem uma banquinha que a gente passa quando vem pra fila pra entrar na casa. Ai a gente sempre passa por ali, pra ficar vendo o que que tem no jornal. Tem que ver o que está acontecendo, né, senão depois o outro comenta e ‘fica feio’ se eu não sei do que ele ‘tá falando’.

Essa fala sugere que a leitura do jornal atende a uma necessidade de estar “informado” sobre assuntos sobre os quais se conversa entre os moradores de rua. Assim, o entrevistado evidencia sua preocupação em “ter sobre o que conversar”.

Os contatos e as entrevistas realizadas tornam possível sugerir que o posicionamento da população considerada em situação de rua no Centro da capital paranaense se divide em três categorias de interesse, que serão apresentadas a seguir. É provável que alguns indivíduos não se enquadrem diretamente em nenhuma delas. Entretanto, serão consideradas primeiramente as seguintes classificações: a) *Consumidores Interessados*; b) *Consumidores Ocasionais*; c) *Indiferentes*.

Enquadram-se na categoria denominada *Consumidores Interessados* os indivíduos que, em suas respostas e atitudes, demonstraram-se determinados em acompanhar os meios de comunicação em geral e apresentaram opiniões consistentes não apenas sobre as notícias veiculadas, mas também sobre o papel da comunicação em suas vidas. São frequentadores assíduos dos centros de convivência e dos abrigos municipais, onde realizam suas refeições, buscam entretenimento, e reúnem-se com demais. Nas entrevistas, manifestaram interesse especial por notícias relacionadas às políticas públicas direcionadas à sua “classe” e colocaram-se como cidadãos não só atentos

⁵Trecho da fala de um dos entrevistados na abordagem realizada com oito pessoas em situação de rua em 19 de setembro de 2010 como parte do presente trabalho.

aos meios de comunicação, mas também conscientes e desconfiados da possibilidade de distorção das informações por parte dos jornalistas, especialmente nas notícias a respeito da população em situação de rua.

Em geral, estes indivíduos atuam como mediadores, tradutores ou “líderes de opinião”⁶ entre os demais. São aqueles que oferecem uma determinada leitura da realidade, ou mesmo das notícias dos meios de comunicação; os mais envolvidos com causas sociais e que buscam melhorias de condições de vida. É comum entre os *Consumidores Interessados* o esforço para disseminar conhecimentos entre os demais, falando sobre as notícias, tornando assunto de conversas os temas vistos em jornais e na televisão e mostrando ou indicando um determinado conteúdo para quem estiver interesse, preocupando-se com o enfoque dado aos assuntos relacionados à população de rua como um todo. É possível destacar trechos das entrevistas como o seguinte, que demonstra a caracterização de algumas destas pessoas como intérpretes das informações veiculadas pelos meios de comunicação. Questionado sobre a sua opinião a respeito da maneira como a imprensa retrata a população de rua, um dos entrevistados pediu a palavra para manifestar sua opinião:

Eu quero falar um pouco sobre isso. Essa situação sobre a população de rua nos jornais não existe. Existe a TV Educativa [Emissora de televisão pública estatal do Paraná] que sempre está lá quando a gente faz os nossos fóruns [Evento fixo promovido pelo MNPR]. Agora, nosso encontro com o presidente, lá em Brasília, também passou no Jornal Nacional. E tem O Trecheiro [Jornal produzido pelo MNPR e voltado exclusivamente à população de rua], que tem esse problema de só sair uma vez por mês. Veja só, a nossa última notícia aqui é de agosto, do mês passado. Então, não ‘tá atualizado. Então eu vejo da seguinte forma: morreu alguém de frio, aparece no jornal. (...) assaltou alguém embaixo do viaduto, aparece no jornal. Não existe um meio que fale sobre a gente. Às vezes tenho vontade de fazer uma denúncia no jornal, não tem muito o que fazer. Essa informação sobre o morador de rua, ela não existe, e nós temos condição de ter essa informação⁷.

Estes líderes de opinião atuam também como mediadores no sentido oposto, levando a informação do seu cotidiano para os produtores de notícias. Com frequência, aqueles que falam pelo coletivo e aqueles que representam o MNPR são contatados por jornalistas dos principais veículos de comunicação de Curitiba para entrevistas sobre temas diversos.

Essas figuras mais engajadas se aproximam do que o autor Alberto Melucci (1996) chama de “minoría ativa”, neste caso, um grupo pequeno de sujeitos dos

⁶ Embora o conceito de líderes de opinião tenha sido desenvolvido pela perspectiva funcionalista, trata-se de uma expressão que define bem a relação entre uma minoria dos indivíduos estudados e o restante deles. Uma relação de confiança na opinião de alguns que gera um posicionamento dos demais.

⁷ Trecho da fala de um dos entrevistados na abordagem realizada com quatro pessoas em situação de rua em 15 de setembro de 2010 como parte do presente trabalho.

movimentos sociais com maior capacidade de interpretação que uma “maioria crítica”, um grupo mais capacitado para organizar e interpretar as informações, tornando-as de mais fácil acesso para os demais integrantes de um mesmo coletivo. Em geral, tratam-se também dos principais incentivadores da organização de um veículo de comunicação próprio.

O segundo grupo é o de *Consumidores Ocasionais* das informações da imprensa. São aquelas pessoas que prestam atenção aos meios de comunicação apenas quando percebem um assunto do seu interesse, ou então quanto o momento permite. Nos abrigos e centros de convivência, têm acesso às notícias, buscam assistir televisão, mas não necessariamente preferem programas educativos ou de jornalismo e prestam atenção quando a imprensa veicula notícias sobre a população em situação de rua ou assuntos gerais de seu interesse. Para este grupo, o acesso ao conteúdo noticioso é considerado importante como forma de atualização, mas não é um aspecto fundamental. Para eles, o acesso à televisão e aos jornais tem diferentes intencionalidades, como a busca por entretenimento ou distração, mas isso não significa que deixem de acompanhar e discutir entre si assuntos que pertencem ao seu foco de interesse.

Um terceiro grupo é o dos *Indiferentes* ao papel e à atuação dos meios de comunicação. Este último nível de envolvimento é composto por indivíduos que frequentam ou não os abrigos e centros de convivência, e que não buscam as informações dos meios de comunicação por formas alternativas. Recusaram-se a participar das entrevistas ou, durante as abordagens, não manifestaram ter opiniões muito claras sobre o assunto, mantiveram-se em silêncio e, quando provocados diretamente a responder, em geral concordaram ou discordaram apenas com acenos e gestos. Respostas reticentes ou explicitações nítidas da despreocupação com a informação foram algumas das expressões que permitiram criar esta categoria, como é indicado na transcrição a seguir. Diante de uma longa resposta de um dos moradores de rua sobre a ausência de informações voltadas para seu grupo, os demais foram estimulados a participar e reagiram da seguinte forma:

Morador 2: Não sei se tem mais alguma coisa pra acrescentar. Ele resumiu bem, é isso mesmo.

Morador 3: Também não tenho.

Moradores 4 e 5 apenas acenam negativamente com a cabeça.⁸

⁸Trecho de uma das entrevistas em grupo, abordagem realizada com quatro pessoas em situação de rua em 19 de setembro de 2010.

Entre os indivíduos categorizados como *Indiferentes*, foi possível perceber um desinteresse por qualquer veículo de comunicação e foi identificada a preferência por programas de entretenimento – filmes, desenhos animados, programas de auditório – em detrimento dos jornalísticos, especialmente na televisão.

Este grupo é basicamente influenciado ou informado por meio do primeiro grupo, o dos *Consumidores Interessados*, e, quando se manifesta ou demonstra interesse pela comunicação, em geral isso tem alguma relação com elementos próximos dele. O contato entre estes indivíduos e os mediadores assemelha-se ao conceito de Melucci (1996) que indica que no envolvimento com determinadas causas – neste caso, com a informação – deve haver algum grau de interação com os sujeitos coletivos – neste caso, o MNPR, o Ministério Público e os demais órgãos mediadores –, formando determinadas redes de atores coletivos.

Do consumo à produção de sentido

Contrariando o senso comum apontado no início deste artigo de que não são consumidores de notícia e de que não possuem capacidade de interpretação, os entrevistados se apresentaram não só como indivíduos que procuram informação, mas como produtores de sentido. Ao longo de seu histórico de vivências nas ruas, utilizam a imprensa e as diferentes mídias em sua comunicação interpessoal e para tomar conhecimento sobre possíveis melhorias na sua própria qualidade de vida.

Entre os entrevistados, percebeu-se um interesse acentuado nas notícias relacionadas a políticas públicas destinadas às classes menos favorecidas economicamente. Nos últimos anos, as atividades do MNPR tornaram-se também um foco de interesse, por se tratar de um assunto que os atinge diretamente. Foi consenso entre os entrevistados que matérias envolvendo o movimento ou tratando de seus pares são as principais temáticas que atraem a atenção deste público. Trecho da entrevista confirma esta afirmação:

Como a gente não tem muito acesso a notícias do povo de rua, então a gente fica atento cada vez que passa. Quando vê que 'tá passando, ou sabe que vai passar, um já chama o outro pra todo mundo ver e pra todo mundo saber o que o movimento 'tá fazendo, pra tentar fazer a sua parte.⁹

Este direcionamento demonstra que, ao contrário do que se pode imaginar, existe sim uma busca pelas informações da imprensa, não de uma forma desordenada ou desprezada, mas em geral filtrada de acordo com seu universo de interesses. A preferência por conteúdos que envolvam pessoas na mesma situação de ausência de moradia, políticas públicas direcionadas aos povos menos favorecidos, drogas e

⁹Trecho da fala de um dos entrevistados na abordagem realizada com oito pessoas em situação de rua em 19 de setembro de 2010 como parte do presente trabalho.

violência demonstra quais são os principais focos de interesse geral dos entrevistados. Essa preferência determina uma das mediações no processo comunicativo: o recorte e o acompanhamento apenas daquilo que faz sentido dentro do círculo de convivência destas pessoas.

Fato ocorrido durante uma das reuniões no Ministério Público exemplifica uma das diferentes formas como a mídia se insere no dia a dia de quem mora nas ruas de Curitiba. Um dos integrantes mais ativos do movimento, que normalmente não faltava às reuniões e ao trabalho, deixou de comparecer durante um período de ambas as atividades. Na ocasião, um dos líderes do MNPR comentou ter visto uma notícia no jornal *Tribuna do Paraná* onde a foto de uma pessoa falecida lembrava a figura do integrante do movimento. Como não dispõem de muitas formas de contato entre eles, além das reuniões e encontros nos abrigos e centros de convivência, algumas das pessoas presentes no encontro programaram uma verificação junto ao Instituto Médico Legal para conferir se a pessoa da foto publicada no jornal era de fato o membro do grupo que estava desaparecido.

Essa comunicação e mobilização geradas a partir de uma notícia são também vistas na iniciativa do MNPR de criar um veículo de comunicação próprio. Produzido no Estado de São Paulo pelo Rede Rua de Comunicação, um coletivo nacional ligado ao Movimento, o jornal *O Trecheiro* consiste em uma edição mensal com circulação nacional e tiragem de 50 mil exemplares. O informativo traz informações sobre ações e conquistas do MNPR, políticas públicas voltadas ao público de rua, eventos promovidos por eles e direcionados a eles, artigos relacionados ao cotidiano e reportagens sobre assuntos de interesse direto de quem mora nas ruas das cidades brasileiras. Paralelamente à produção das entrevistas para esta pesquisa, o MNPR e o Ministério Público do Paraná trabalhavam para a produção de um informativo que circularia em Curitiba, o jornal *A Laje*¹⁰.

Na criação deste, foi percebida uma grande preocupação em garantir o acesso do público visado pelo veículo, com as formas de distribuição e a própria compreensão. Durante as primeiras reuniões para definir o projeto gráfico, um dos líderes frisou a importância de ser um jornal com bastante conteúdo visual – fotos, ilustrações, charges, tirinhas – para que a parcela deste público que não tem alfabetização também possa ser atingida. Isso se revelou interessante, na medida em que o estigma do indivíduo de rua analfabeto é também reproduzido pelos mesmos.

Por conta de uma grande demanda por mais informações de serviço, onde essas pessoas possam buscar apoio e realizar denúncias relacionadas ao tratamento que recebem no cotidiano, o grupo entrevistado apresentou uma considerável expectativa em relação ao informativo *A Laje*, como é possível perceber na fala de um dos entrevistados:

¹⁰ Com sua primeira edição em 2010, o jornal *A Laje* já teve mais de vinte publicações em menos de dois anos, até o início de 2013.

A gente não tem notícia que fale da gente. Por isso a minha preocupação com a equipe que vai fazer o jornal. Nós temos conteúdo pra fazer um jornal. Temos condições de fazer um bom jornal. Pode demorar, mas vai ser um bom jornal e uma coisa voltada pra gente, pra que a gente possa fazer nossas denúncias, mostrar pro povo de rua o que 'tá acontecendo. Esse jornal é uma das mais fortes armas do movimento para poder denunciar as pessoas interessadas em maltratar, desrespeitar ou se omitir em qualquer situação que venha a estar prejudicando a imagem da 'pessoa' do morador de rua.

Ou seja, além do interesse no novo informativo *A Laje* como fonte de informação e de notícias sobre a população de rua, há uma grande expectativa em relação a ele como meio de comunicação e de manifestação das pessoas que vivem nessa condição, como um espaço onde elas também poderão se expressar, seja por meio de depoimentos, perfis, sugestões de assuntos ou produção de textos e ilustrações.

Dessa forma, a produção de sentido se dá a partir das relações dos moradores de rua com o MNPR e com o MP/PR com o intuito de prover a população com informações que lhe possam ser úteis e que sejam mais coerentes com o teor de denúncia de maus tratos e indiferença presente no discurso do MNPR. Os jornais *O Trecheiro* (de circulação nacional, ainda que limitada) e *A Laje* (de circulação local) representam nesse contexto recursos de mobilização política para o combate ao estigma e para a luta por reconhecimento.

Contra o estigma e pelo reconhecimento

Na medida em que o MNPR e o MP/PR atuam como mediadores entre meios de comunicação e a população de rua, não apenas mantendo as pessoas atualizadas sobre os programas e políticas públicas voltadas para este segmento, mas também atuando como “voz” para manifestar opiniões ou divulgar informações aos demais, a recepção midiática que acontece sob o céu ou dentro dos abrigos ganha contornos de mobilização política.

Os principais focos de interesse concentram-se em notícias locais, policiais e esportivas. Temas como drogas, violência e políticas públicas voltadas para o povo de rua são os mais acompanhados por indivíduos deste universo. Além disso, existe uma preocupação com o enfoque dado às notícias que tratam diretamente dessa população. A consciência de que esta é retratada em geral de forma distorcida ou caluniosa, personificada com marginalização e/ou vitimização é bastante presente e criticada de forma geral e unânime entre os entrevistados. Essa ausência de um tratamento ideal pelos meios de comunicação motiva não apenas discussões e descontentamento da população de rua, mas também a mobilização pela criação de veículos próprios, como o *O Trecheiro* e o *A Laje*.

Apenas como indicação para a continuidade da pesquisa, a teoria da mobilização política, aqui representada por Tarrow (2009), oferece alguns elementos

para observar a apropriação da comunicação mediada pelo MNPR em Curitiba. Entendemos que a leitura que os entrevistados fazem da mídia, combatendo nela o tratamento estigmatizado aos moradores de rua, criou um confronto simbólico que gerou a necessidade de produzir novos enquadramentos para a vida nessa condição. É aí que os jornais segmentados funcionam como estratégias de comunicação na medida em que disponibilizam a visão dos próprios sujeitos sobre sua situação.

Mais do que isso, a produção dos informativos promove o que a teoria do reconhecimento (FRASER & HONNETH, 2003) trata como luta contra injustiças em razão do não reconhecimento, ou seja, relacionadas aos padrões culturais de representação, interpretação e comunicação. “Essas dizem respeito às situações em que padrões culturais opressivos, excludentes, desrespeitosos ou degradantes se encontram ancorados institucionalmente, de modo que negam a certas pessoas e a certos grupos a possibilidade de participar em condições de paridade nas relações sociais” (MAIA, 2010, p. 281).

A sugestão desse estudo é que a recepção midiática, quando os sentidos disponibilizados pelos meios de comunicação são apropriados pelos moradores de rua, pode ser um campo promissor para identificar processos de mobilização para o reconhecimento, iniciados, no caso dessa pesquisa, pelos esforços de resignificação do conteúdo midiático para suas próprias mídias.

Referências

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. *Pesquisa Nacional sobre a população em situação de rua*. Disponível em:

<http://www.mds.gov.br/institucional/secretarias/secretaria-de-avaliacao-e-gestao-da-informacao-sagi/arquivo-sagi/pesquisas> Acessos em 21/04/2010.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à fome. *Política Nacional para Inclusão da Pessoa em Situação de rua*. Disponível em:

<http://www.coeprasil.org.br/portal/Publico/apresentarArquivo.aspx?ID=2954>. Acesso em 21/04/2010

COULON, Alain. *A Escola de Chicago*. Campinas: Papirus, 1995.

Fala Rua – *Página oficial do Movimento Nacional da População de Rua*. Disponível em: www.falarua.org. Acesso em 07.10.2010.

FRASER, Nancy; HONNETH, Axel. *Redistribution or recognition. A political-philosophical exchange*. London: Verso, 2003.

KATZ, E.; BLUMER, J.; GUREVITCH, M. *Uses of mass communication by the individuals*. In: BLUMER, J.; KATZ, E. (orgs). *The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research*. Sage, 1974.

KATZ, E. *The two-step flow of communication: an up-to-date report on an hypothesis*. *Public Opinion Quarterly*, 1957, vol 21, n. 1, pp. 61-78.

KATZ, E.; LAZARFELD, P. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. NY: Free Press, 1955.

LAZARFELD, P.; MERTON, R. *Mass communication, popular taste and organized social action*. In: BRYSON, L. (ed). *The communication of ideas*. NY: Harper, 1948.

LAZARFELD, P. *Radio and the printed age*. NY: Sloane and Pearce, 1940.

MAIA, Rousiley. *Atores da sociedade civil e ação coletiva: relações com a comunicação de massa*. In: MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. (orgs.). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUSA, Mauro W. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MATTELART, Armand e NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MELUCCI, Alberto. *Challenging codes. Colletive action in the information age*. Cambridge: University Press, 1996.

SOUSA, Mauro W. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TARROW, Sidney. *O poder em movimento. Movimentos sociais e confronto político*. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.