

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO

ALESSANDRA CARDIAS RIETE

BOCA DE RUA:
UM ESTUDO DAS INTERAÇÕES NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO JORNAL

SÃO LEOPOLDO

2011

ALESSANDRA CARDIAS RIETE

BOCA DE RUA:

UM ESTUDO DAS INTERAÇÕES NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO JORNAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, pelo Curso de Jornalismo, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Orientadora: Profa. Dra. Christa Berger

SÃO LEOPOLDO

2011

*Dedico este trabalho ao projeto Boca de Rua como
uma pequena contribuição para que continuem
seguindo sempre em frente.*

AGRADECIMENTOS

É com imensa alegria que afirmo em nenhum momento ter realizado este trabalho sozinha.

À minha mãe, Carmen Cardias, por nunca ter me deixado faltar o necessário, tanto na vida quanto nos longos meses até a conclusão deste trabalho.

Ao meu pai, Roselino Riete, que mesmo não estando mais entre nós, continua enviando muito carinho para que eu continue seguindo em frente.

À minha querida amiga Adriana Schneider, que mesmo abalada, ficou ao meu lado nos momentos mais difíceis.

À professora Christa Berger, por ter acreditado e aceitado ser minha orientadora neste trabalho, e por seus ótimos comentários e direcionamentos.

À Rosina Duarte, grande fonte de inspiração, por ter me provado que outros caminhos são possíveis.

Ao Luciano Piccoli pelas preciosas contribuições, e também às outras pessoas ligadas ao Boca de Rua, com quem mantive contato durante a pesquisa deste trabalho: Luiz Abreu, Julia Corso, Manoel Madeira, Leonardo Palombini e Francisco Fogaça.

À todos os integrantes comunicadores do Boca de Rua, pelo privilégio do convívio, e por terem permitido a realização deste trabalho.

À Carolina Kazue Morita, que compartilhou comigo todas as angústias e vitórias desde o início do ano até o último minuto antes da entrega do trabalho, e foi fonte inesgotável de ânimo e motivação.

Aos colegas Alessandro Oliveri, Bruna Conforte, Marco Antônio Filho e Priscila Rodrigues pelas conversas esclarecedoras e fortalecedoras entre estudantes de jornalismo..

Às amigas Karolina Vargas, Luma Ono e Daniela Timmers pelo valioso suporte, e à Luize Silva de Mello, que me ensinou uma importante lição de vida, mesmo que por métodos pouco ortodoxos.

À Carmen Dora, por me ajudar a desconstruir as armadilhas da mente, e pela indicação da bibliografia correta.

À biblioteca da Unisinos, e à biblioteca da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM, que permitiu com que eu utilizasse suas dependências durante a maior parte da pesquisa e escrita deste trabalho.

Enfim, a todas as forças invisíveis que foram paulatinamente me colocando no caminho certo par a conclusão desta tarefa.

*“Feito essa gente que anda por aí
Brincando com a vida
Cuidado, companheiro!
A vida é pra valer
E não se engane não, tem uma só
Duas mesmo que é bom
Ninguém vai me dizer que tem
Sem provar muito bem provado
Com certidão passada em cartório do céu
E assinado embaixo: Deus
E com firma reconhecida!
A vida não é brincadeira, amigo
A vida é arte do encontro
Embora haja tanto desencontro pela vida (...)”*

Vinícius de Moraes (Samba da Bênção)

RESUMO

O jornal Boca de Rua, produzido e vendido por pessoas que estão ou já estiveram em situação de rua em Porto Alegre, existe há 11 anos, e é um dos principais projetos da ONG Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação – ALICE. Este trabalho é um estudo do modo de produção do jornal, a partir da observação das interações comunicacionais através do trabalho de campo, proposto por Yves Winkin. A pergunta que justifica a elaboração deste trabalho é saber “*o que faz o jornal Boca de Rua possível?*”. Como metodologia, foi utilizada a técnica de pesquisa etnográfica da *observação participativa*, além do contato anterior com o grupo, através da produção de um documentário para a disciplina de Projeto Experimental em TV, da Unisinos. Devido à interdisciplinaridade do projeto Boca de Rua, recorreremos à conceituações de outras áreas do saber, como a psicologia, a sociologia, e a pedagogia. Dentre as principais contribuições para caracterizar a dinâmica de produção do jornal estão o conceito de *grupo operativo*, advindo da psicologia, e a *estrutura dialógica do conhecimento*, proposta por Paulo Freire. Dentre os resultados, ressaltamos a constatação da possibilidade de termos experiências de interação concreta entre diversas áreas do saber que possibilitam outras práticas. O Boca de Rua é uma destas outras práticas que demonstra, também, que existem outros modos de se fazer jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo. Boca de Rua. Interações. Rotina de produção. Interdisciplinar.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1:	Abertura do documentário.....	35
FIGURA 2:	Foto da reunião do Boca de Rua: Espaço cedido pelo GAP-RS.....	50
FIGURA 3:	Entrega dos jornais: Integrante folheando o Boca de Rua	59
FIGURA 4:	Entrega dos jornais: Comunicador exibindo a nova edição	59
FIGURA 5:	A venda: Cena do documentário: Comunicador vendendo o jornal em semáforo de Porto Alegre	61
FIGURA 6:	A venda: Cena do Documentário: comunicador aborda motorista apresentando o jornal Boca de Rua	62
FIGURA 7:	Cenas do Documentário Boca de Rua	70
FIGURA 8:	Reunião de Pauta	70
FIGURA 9:	Venda dos jornais junto aos semáforos de Porto Alegre	71
FIGURA 10:	Reunião	71
FIGURA 11:	Entrega dos jornais: Comunicador aprecia a nova edição	72
FIGURA 12:	Dia da exibição do documentário, em julho de 2011. Grupo de alunos da disciplina de Projeto Experimental em TV e o grupo do projeto Boca de Rua	72

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	RESPONSABILIDADE SOCIAL E O JORNALISMO ATRAVÉS DA HISTÓRIA	15
3	JORNALISMO DO SÉCULO XXI	17
3.1	RUPTURA NO FAZER JORNALÍSTICO	17
3.2	VALORES PRESERVADOS	19
3.2.1	Limites da representação jornalística	19
3.2.2	A crença da visibilidade	20
4	A PRÁTICA JORNALÍSTICA	22
4.1	DISTORÇÕES NA PRÁTICA	22
4.2	DESAFIOS DA ERA TECNOLÓGICA	23
4.3	OS EXCLUÍDOS	25
5	BUSCA POR NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO	28
5.1	ALICE	28
5.1.1	Boca de Rua	30
6	METODOLOGIA	34
6.1	O DOCUMENTÁRIO BOCA DE RUA	35
6.2	A OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA	37
7	DESCRIÇÃO DA DINÂMICA DE PRODUÇÃO DO JORNAL BOCA DE RUA	39
7.1	O GRUPO	39
7.1.1	A equipe voluntária	40
7.1.2	Os comunicadores	42
7.2	A DINÂMICA	44
7.2.1	Grupo operativo	45
7.2.2	Estrutura dialógica do conhecimento	46
7.3	AS REGRAS	48

7.4 AS REUNIÕES	49
7.4.1 A sala de reuniões	50
7.4.2 O início da reunião	51
7.4.3 A reunião de pauta	52
7.5 A PRODUÇÃO DAS MATÉRIAS.....	53
7.5.1 Entrevistas	55
7.5.2 Fotos	55
7.5.3 Chegando ao texto	56
7.6 A EDIÇÃO.....	57
7.7 A ENTREGA DOS JORNAIS	58
7.8 A VENDA.....	60
7.9 DE BATE BOCA.....	62
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS	67
ANEXO A: Fotos.....	70

1 INTRODUÇÃO

Dedicar-me aos estudos em jornalismo tem sido, desde o início do curso, uma incrível jornada. O Trabalho de Conclusão de curso encerra este ciclo, ao mesmo tempo em que me estimula a estudos e experiências mais além. A escolha do tema deste trabalho, *um estudo do modo de produção do jornal Boca de Rua a partir da observação das interações humanas*, aconteceu por um processo lento, que provavelmente remota às minhas inquietações sobre o jornalismo, desde o início da faculdade.

Em oportunidades de estágios em veículos de comunicação e assessoria de imprensa pude ter contato com o lado bom e o lado ruim de ser um profissional de comunicação. Algumas das melhores experiências e ensinamentos vieram do contato direto, ou através de encontros, com ótimos jornalistas do mercado de trabalho, anônimos, ou de nomes conhecidos como Caco Barcellos, Eliane Brum, José Hamilton Ribeiro, André Trigueiro, Sônia Bridi, entre vários outros. Fora o contato com ótimos mestres do curso de Jornalismo da Unisinos. Quanto ao lado ruim, muito da minha inquietação – nem sempre com a possibilidade de livre manifestação – vinha do fato de que muitas vezes, as imprecisões e distorções das informações lançadas na mídia advinham de posturas egocêntricas, prepotentes e limitadas de alguns profissionais ou empresas jornalísticas. Os “pressupostos do senso comum” que comandam os critérios de noticiabilidade dos jornalistas e das editorias em que trabalham são valores ocultos do público em geral, que em sua grande maioria não compreendem o processo de elaboração das notícias do dia-a-dia.

Acredito fazer parte de uma das últimas gerações que acompanhou de perto os avanços tecnológicos das ferramentas usadas da vida diária. Quando era pequena, recordo muito bem de redigir trabalhos para a escola à mão, ficar horas esperando uma música tocar no rádio para gravá-la em fita tape, e de trocar longas cartas via correio com um correspondente paulista. Hoje, ações como estas já não fazem mais sentido, pois o mundo andou para frente, e continuará sempre em movimento. E quando se observam aspectos gerais da sociedade, evolução normalmente implica a descoberta de algo novo.

Estamos diante de um panorama mundial em que as tecnologias de informação permeiam as sociedades, e tornam possível uma troca de informações em escala global nunca vista antes na história da humanidade. Essa troca, indubitavelmente, acarreta novas *interações*. Segundo a Enciclopédia Larousse (1999, p 3191) *Interação Social* pode ser entendida como um “fenômeno que permite a certo número de indivíduos constituir-se em grupo e que consiste no fato de que o comportamento de cada indivíduo se torna estímulo para o outro”. Logo, mesmo que mediados por aparatos técnicos, hoje, ampliamos as nossas possibilidades de *interagir* com outras pessoas ao redor do planeta. Abrir estes horizontes também implica colocarmos em dúvida algumas “verdades” herdadas do passado. E se podemos interagir com pessoas de outros pontos da Terra, porque não interagirmos com pessoas diferentes dentro do nosso próprio meio social? Acredito que essa possa ser a ruptura inicial que dá origem a projetos como o Boca de Rua.

Se “o essencial é invisível aos olhos”, como dizia o escritor Antoine de Saint-Exupéry, em *O Pequeno Príncipe*, este trabalho se preocupou em tentar enxergar um pouco da essência do projeto Boca de Rua. De maneira inconsciente – o que causou enorme surpresa ao final do trabalho –, me vi aplicando algumas idéias do filósofo de René Descartes quanto à aplicação do *método* para a verificação das informações recolhidas durante a pesquisa. Segundo ele, em *O Discurso do Método*, “a finalidade [...] é precisamente pôr a razão no bom caminho, evitando assim o erro. O método, portanto, é um caminho, um procedimento que visa garantir o sucesso de uma tentativa de conhecimento, da elaboração de uma teoria científica” (MARCONDES, 2007, p 167). Não acredito que eu tenha chegado a uma “teoria científica” quanto ao o Boca de Rua, mas meus critérios de *racionalização* se assemelharam muito aos quatro preceitos de Descartes: 1) *verificar* se existem evidências concretas reais e indubitáveis da informação; 2) *analisar* cada uma das dificuldades encontradas, dividindo-as em várias partes para melhor compreendê-las; 3) *sintetizar*, ou seja, agrupar novamente todos os “objetos” em uma única linha de raciocínio que vá desde os conceitos mais simples até os mais complexos; 4) finalmente *revisar* e *enumerar* todas as conclusões obtidas com a finalidade de ter certeza de que nada foi omitido. Todo o trabalho foi inconscientemente dirigido de acordo com estes quatro preceitos, reforçando minha preocupação em atingir a

verdade. Não posso afirmar que essa pretensão tenha sido totalmente alcançada, apesar de ter esse objetivo. Este trabalho é apenas uma tentativa de entender melhor sobre o projeto.

O Boca de Rua recuperou a minha confiança na prática do jornalismo. Primeiro através de uma palestra da jornalista e fundadora do projeto, Rosina Duarte – profissional muito admirável, dotada de incrível sensibilidade – e posteriormente com a produção de um documentário para a disciplina de Projeto Experimental em TV da Unisinos. Como será esclarecido mais adiante, na metodologia, esta experiência de filmagem deixou em aberto as principais lacunas para o desenvolvimento deste trabalho.

O jornal Boca de Rua é uma publicação trimestral produzida e vendida por pessoas que já estiveram ou estão em situação de rua em Porto Alegre. Ele existe desde agosto de 2000 e não faltou sequer uma edição nestes 11 anos de existência. A pergunta que justifica a elaboração deste trabalho é saber “*o que faz o jornal Boca de Rua possível?*” A metodologia utilizada foi a observação das interações comunicacionais através do trabalho de campo, sugerido por Yves Winkin (1998). Essa observação se deu pela técnica de pesquisa etnográfica da *observação participativa*.

Na primeira parte, a revisão teórica procura contextualizar o momento em que se encontra o jornalismo, que permite a existência de iniciativas inovadoras em comunicação social. O surgimento da ONG ALICE, voltada para projetos em comunicação para a área social, é um dos reflexos desta realidade. Dentro dela, surge o jornal Boca de Rua, que subverte de maneira nunca vista antes qualquer padrão de produção de material jornalístico. A segunda parte, então, procura descrever minuciosamente o modo de produção do jornal, a partir da observação das interações que se estabelecem durante a dinâmica.

Devido à multiplicidade de conceitos envolvidos no projeto, foi pertinente recorrer a conceituações de outras áreas do saber, como a psicologia, a sociologia e a pedagogia, para tentar entender melhor como se apresentam as interações dentro do grupo de produção do jornal. Muitas destas contribuições vieram de pessoas que trabalham ou já trabalharam na equipe voluntária, normalmente constituída de estudantes universitários de várias áreas do conhecimento. As contribuições mais

pertinentes são quanto à conceituação de *grupo operativo*, advinda da psicologia clássica, e da *estrutura dialógica do conhecimento*, proposta pelo educador Paulo Freire.

Este trabalho não tem a pretensão de se posicionar como um “saber absoluto” sobre o projeto Boca de Rua. A contrário, foi constatado que de todas as terminologias e conceituações semelhantes ao projeto, a única coisa que permanece perfeitamente sólida é a descoberta da riqueza humana através da interação entre as pessoas. Todas as outras conceituações são perfeitamente aplicáveis dentro de suas limitações, contudo, a observação empreendida alerta, que de todas as coisas do mundo, uma das poucas certezas, é que estamos sempre em movimento, descobrindo coisas novas.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E O JORNALISMO ATRAVÉS DA HISTÓRIA

O ideal romântico do jornalismo já permitiu atribuir-lhe expressões como “Cães de guarda da sociedade”, “princípio da responsabilidade social”, ou imprensa como o “Quarto Poder”. Pereira (2008, p. 3) afirma que de acordo com essas concepções, “o jornalista teria um status diferenciado das demais profissões. Ele estaria, por princípio, comprometido com a sociedade – que lhe delega o poder de fiscalizar as instituições em seu nome – e com os valores democráticos”.

O jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa. Ele expande-se a partir da luta pelos direitos humanos, símbolo da queda de regimes monárquicos e do poder aristocrático, sendo também, ao mesmo tempo, a conquista do direito à informação. Marcondes (2000) aponta quatro principais momentos do jornalismo através da história:

O chamado *primeiro jornalismo*, tinha um caráter literário, colocava os fins econômicos em segundo plano, e era, antes de tudo, uma iniciativa com intenções pedagógicas e de formação política. Desde 1789 até a metade do século XX, foi considerado o jornalismo da “iluminação”, expondo o obscurantismo à luz, e proporcionando esclarecimento político e ideológico.

O *segundo jornalismo* surge a partir da inovação tecnológica da metade do século XIX nos processos de produção do jornal, caracterizando-o como empresa capitalista. Essa transformação exigiu com que a empresa jornalística conseguisse se autofinanciar, a partir da venda das notícias em escala industrial.

No século XX, o desenvolvimento e o crescimento das empresas jornalísticas resultaram no *terceiro jornalismo*, o de grandes monopólios da informação, cuja atividade só seria ameaçada pelas guerras e por governos totalitários do período. Entretanto, o mais importante deste século foi o desenvolvimento – principalmente após a Grande Depressão americana – da indústria publicitária e de relações públicas como novas formas de comunicação que competem com o jornalismo, até descaracterizá-lo, como aconteceu no final do século XX.

A era tecnológica trouxe à tona o *quarto e último jornalismo*, em um processo que teve início por volta dos anos 70. A propagação de comunicados e matérias jornalísticas, que passaram a ser fornecidos à imprensa por agentes empresariais e

públicos (assessorias de imprensa), acabou se misturando junto à informação jornalística, depreciando-a pela “overdose”. Junto a este cenário, se somou a substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações. O jornalismo, talvez mais do que outras profissões, apresenta mudanças muito significativas ao acompanhar com avidez as tendências de cada momento histórico, pois

Como atividade profissional da área de comunicação social e, portanto, de teor social, voltada para a elaboração e divulgação de notícias em suportes impressos, televisivos, radiofônicos, digitais e eletrônicos, não se mantém isolado das inovações científicas e tecnológicas, presentes nos diferentes estágios de desenvolvimento dos povos. (TARGINO, 2009, p. 27)

Sendo assim, é inegável que o jornalismo tenha se desenvolvido de acordo com a sociedade de cada época da história, tanto sob a perspectiva de suas ideologias e modelos vigentes, quanto sob suas inovações técnicas que facilitaram o trabalho do homem.

De acordo com a idéia de que o jornalismo possui um forte vínculo com a sociedade, Targino (2009, p. 32) nos diz ainda que desde os primórdios do século XIX, a imprensa exerce suas atividades de acordo com a “premissa segundo a qual só acontece aquilo que é veiculado pela mídia, uma vez que ela atravessa a sociedade, de forma tão tênue e ao mesmo tempo tão intensa, que a vida social só se consolida graças a ela”.

A responsabilidade social, então, é inerente à atividade jornalística enquanto esta se comprometa em retratar a sociedade. A construção de uma memória coletiva implica pesquisa acurada do registro jornalístico dos fatos e suas versões, contribuindo assim para a formação de uma consciência coletiva. O jornalista possui também uma responsabilidade social como “historiador do cotidiano”, contribuindo para uma ação transformadora através da mídia, em prol do desenvolvimento de uma cidadania ativa (CALDAS, 2005).

3 JORNALISMO DO SÉCULO XXI

3.1 RUPTURA NO FAZER JORNALÍSTICO

A forma como se encontra a prática do jornalismo no final do século XX e no início deste novo milênio é fortemente marcada pela disseminação das novas tecnologias de comunicação e nos seus efeitos sobre a produção das notícias. A partir deste novo quadro, Marcondes (2009) aponta três principais fatores que provocaram uma ruptura no fazer jornalístico do final do século.

O primeiro seria o desencanto da humanidade com a Modernidade e o Iluminismo. A idéia de que o mundo poderia ser dirigido e controlado pelos homens através da razão, onde verdade e progresso seriam prioridade, foi totalmente frustrada com o desenvolvimento dos aparatos técnicos, que conduziram-nos a formas desumanas e anti-humanas de organização social.

O segundo fator apontado por Marcondes (2009) é a *crise das metanarrativas*, apontada pelo filósofo francês J. F. Lyotard. A pós-modernidade encontra-se diante de um fenômeno de incredulidade em relação às metanarrativas – uma peça de teatro, uma aula universitária, uma pregação religiosa, uma notícia jornalística, um poema – invalidado qualquer discurso filosófico, ideológico ou religioso que esteja relacionado a essas expressões do conhecimento. A autoridade de quem narra se perdeu, aposentando o velho saber, do saber narrar e do prazer de ouvir.

Em terceiro lugar, o autor afirma que estamos diante do fenômeno apontado por Arnold Gehlen como a “pós-história”. Este conceito elimina a noção criada a partir do século XIX, de que o mundo seguiria progressivamente em direção ao desenvolvimento. O que se constatou, principalmente após duas grandes guerras mundiais, é a hipótese de que a humanidade oscila entre desenvolvimento e barbárie, avançando a partir da inversão destes dois pólos.

Somando a essa corrente anti-iluminista, Marcondes (2009) ainda aponta a crise da hermenêutica¹ – com a quebra da confiança nas interpretações. Sendo assim,

todas as explicações históricas são, portanto, formas de se lapidar a interpretação. Assim, qualquer intenção de transmissão, de dotação de sentido para o “mundo real”, será sempre marcada por um caráter de subjetividade, de fábula. (MARCONDES, 2009, p. 151)

A era da tecnologia veio, deste modo, pôr abaixo todos os saberes absolutos e superiores da humanidade, pois revelou que cada discurso possui um forte comprometimento com a intenção de poder, vendendo ideologias e visões de mundo. O homem chega à conclusão das “ficções” que inventou para controlar a natureza e os outros homens, na esperança de alcançar um bem estar geral através do avanço dos aparatos técnicos.

Ainda segundo o mesmo autor, a expansão e popularização dos meios de comunicação, resultando em uma onipresença midiática dos nossos dias, contribuem para multiplicar ao infinito as versões dos fatos, suas nuances, suas contextualizações atribuições de sentido, determinando o fim da unidirecionalidade histórica.

Com eles e os milhares de pulverizadas versões, o mundo enche-se de mil histórias, mil interpretações, conflitantes, contraditórias, díspares, desconexas e não lineares. Nesta situação, não há mais como sustentar a imposição (arbitrária) de uma única história (a ocidental, a cristã, capitalista desenvolvida ou socialista). São todas ficções, tentativas vãs de “explicar” o caminhar sem destino da civilização. (MARCONDES, 2009, p 152)

Imaterialidade jornalística é o nome dado a esse novo caráter do jornalismo, diante de uma sociedade cada vez mais permeada por sofisticados sistemas de comunicação e tecnologias de informação. A era da tecnologia induz a humanidade a repensar critérios, fórmulas de se arranjar o mundo totalmente diferentes do que herdamos dos nossos antepassados. Nossas ciências, nosso saber, nosso método

¹ **Hermenêutica:** Ramo da filosofia que se refere a qualquer técnica de interpretação. Essa palavra é frequentemente usada para indicar a técnica de interpretação da Bíblia (ABBAGINO, 2000, p. 897).

de trabalho precisam ser totalmente transformados a partir destes novos elementos de compreensão do mundo (MARCONDES, 2009).

3.2 VALORES PRESERVADOS

3.2.1 Limites da representação jornalística

Assim como no mito da caverna de Platão², a apreensão da realidade pelos sentidos do ser humano possui limitações condicionantes, impossibilitando a real captação e compreensão do todo. O mesmo acontece com o jornalismo em suas devidas proporções. Nesta perspectiva, Caldas (2005, p. 59) diz que “a mídia atua diretamente no campo da *representação social dos fatos relatados ou vividos*, pois a representação coletiva da história do cotidiano é continuamente construída e reconstruída no âmbito da *produção do simbólico*”, que auxilia o sujeito a perceber a realidade que o cerca.

Hoje, ainda não se sabe se mais ou menos do que antigamente, as distorções e imprecisões causadas pela mecanização tecnológica da produção jornalística resultaram em um cenário em que só é possível se ter uma representação do real, ou melhor, de *momentos específicos* da realidade (TARGINO, 2009).

Impregnados pelo mercantilismo progressivo, os veículos de comunicação se deparam com pressão crescente para noticiar o noticiável em termos econômicos, políticos e sociais, portanto, o vendável, em detrimento dos interesses genuínos das coletividades, criando um clima de desconfiança e descrédito em relação à prática jornalística, em sua feição ética, defendida em quaisquer países. (TARGINO, 2009, p. 48)

² A Alegoria da Caverna: Platão sugeria uma situação hipotética em que homens, acorrentados dentro de uma caverna desde a infância, só recebem a luz do dia através da fenda de abertura de seu cativeiro. As sombras na parede criadas pela luz seriam apenas o que eles conheceriam da realidade através dos sentidos. Deste modo, eles não poderiam considerar nada como verdadeiro, a não ser as sombras dos objetos fabricados. Se um desses homens fosse porventura libertado de suas correntes, e forçado a levantar-se em direção à luz, teria contato com o mundo real. No começo se veria espantado com as novas descobertas, mas aos poucos iria revelando a verdade. Se este mesmo homem fosse mandado de volta à caverna, e se visse numa posição de contar aos demais sobre suas descobertas, correria o risco de ser incompreendido e até mesmo assassinado, devido à incredulidade de seus companheiros (MARCONDES, 2007).

Se colocarmos todos estes impedimentos técnicos em evidência, a prática de um jornalista, com certa frequência, não consiste mais em dar conta da realidade que o cerca, mas em introduzi-la no mundo da *representação*. A imprensa poderia ser classificada não mais como integrante de nosso sistema, mas como um universo em si, autônomo, com seus códigos, imagens, linguagens, e verdades próprios (AUBENAS; BENASAYAG, 2003).

3.2.2 A crença da visibilidade

Dentro da dinâmica jornalística, o único valor que parece não ter sofrido alteração diante das interferências advindas do modo de produção técnico é a supremacia dos *fatos*. Eles sobrevivem como terra firme da informação. “Se a imprensa se apega a eles como desesperada, é que eles constituem, segundo ela pensa, seu enraizamento no real” (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 45). Relatar os fatos com a maior precisão possível se tornou uma das principais prerrogativas da atividade jornalística.

O excesso de relatos e versões dos fatos – praticamente multiplicados ao infinito pela facilidade e popularização dos meios de comunicação – é a consequência de outra prerrogativa que move o jornalismo neste momento, o imperativo da *transparência*. Marcondes (2000, p. 55) afirma que “Não havendo mais que verdade contrapor a qual falsificação, que interpretação fazer frente a que versão, o único critério que sobrevive é o da visibilidade: se visível, então bom; se obscuro, então mal”. Esse jogo de gato e rato entre “visível” e “invisível” constitui a grande subjetividade dos nossos tempos, dificultando ao cidadão comum orientar sua vida apenas com aquilo que está a sua disposição através da imprensa.

De acordo com Aubenas e Benasayag (2003, p. 66), tendo a transparência por ideal, nosso mundo funciona de maneira a poder ser representado e visto permanentemente, pois “a ideologia da comunicação parte da crença de que este mundo único e de “pensamentos múltiplos” pode ser compreendido – e aceito ou combatido – na medida em que se torna cada vez mais transparente”.

Os mesmos autores complementam que neste sistema, o que está *obscuro* se torna inadmissível, na medida em que não se pode *representá-lo*. O mal então

passa a ser impedir com que os jornalistas “vejam” os fatos e os relatem ao público. Todas as informações que escapam à imprensa são então encaradas como engrenagens secretas que precisam ser desveladas. Logo, a solução para a questão seria forçar àqueles que sabem a falar, revelando ao público o que está escondido.

4 A PRÁTICA JORNALÍSTICA

4.1 DISTORÇÕES NA PRÁTICA

O jornalismo não teria avançado através da história sem a atuação enérgica dos jornalistas através dos tempos. A partir da conquista ao direito à informação a serviço do povo, em diversos países ao redor do mundo, estes profissionais nunca mais tiveram seu papel totalmente apagado da sociedade. Muitas vezes temidos pelos poderosos, ou desacreditados, livres ou amordaçados por ideologias radicais, os jornalistas sempre foram um ponto chave na dinâmica da comunicação social ao redor do planeta.

Segundo Néelson Traquina, este grupo de profissionais:

[...] constitui-se uma <<comunidade interpretativa>> em que os novos <<agentes especializados>> encontram uma legitimidade social num processo circular entre os jornalistas e a sociedade, na altura da teoria democrática. [...] Apesar da sua incapacidade histórica de delimitar o seu <<território>> de uma forma minimamente rigorosa, poucas profissões tiveram tanto êxito como a de jornalista na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos, que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da <<tribo>> e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição da maneira como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo). (TRAQUINA, 2004, p. 63-64, grifo do autor)

Neste início de século, o jornalismo passa por uma forte transformação estrutural, que afeta principalmente os processos de produção das notícias. Deste modo, os jornalistas, como agentes diretos, entram em cheque, pois se encontram no ínterim desta dinâmica. Como “comunidade interpretativa”, possuem como principal base de suas interpretações sobre o mundo o *senso comum*.

Moldados por essa norma, os jornalistas se deixam em geral arrastar docemente nessa senda fácil, por preguiça ou por fadiga, por convicção ou por ignorância. O senso comum é o solo natural da imprensa, seu húmus, seu campo preferido. (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 60)

Somado a isso, os jornalistas ainda se permitem basear-se em um “próprio senso em comum”, muitas vezes confundido junto a critérios de noticiabilidade.

Em seus périplos, o jornalista procurará o que lhe interessa, o que ele considera fundamental. Sua obsessão principal consistirá em encontrar o elemento ou o conjunto de elementos que explique o todo, que represente a situação. Pode Ser um personagem ou tema. [...] Tudo o que não entra em seu círculo de atenção, isto é, em geral 90% da situação, escapará à imprensa. Os jornalistas esforçam-se em informar objetivamente, mas eles o fazem com base no que, subjetivamente, consideram importante. (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p. 35-36)

Muitas vezes os jornalistas realizam suas matérias de acordo com uma conclusão já tirada, apenas buscando os meios de comprovarem suas suposições. É comum ouvir relatos de profissionais contando histórias a respeito de exigências de certas redações, que oferecem a pauta como uma espécie de gincana, onde o jornalista precisa apenas encontrar as peças que se encaixam no jogo. Torna-se cada vez mais difícil seguir o fio da meada dos fatos como eles se apresentam, pois a interpretação jornalística sobre fatos acaba se confundindo com o fato em si. É cada vez mais pertinente pensarmos no modo como as notícias estão sendo produzidas pela imprensa. Aubenas e Bensayag (2003, p. 36) complementam ainda que “A representação é sem dúvida um dos elementos do múltiplo, mas a partir do momento em que é tomada pelo mundo, torna-se uma ilusão”.

Outra distorção na prática jornalística, muito comum hoje em dia, é a existência alguns profissionais que se permitem colocar em primeiro plano na construção de suas matérias. Ao invés de lidarem com a superabundância do mundo, escrevem os relatos a partir de sua própria singularidade, transformando a imprensa em um imenso diário íntimo. Suas sensações, opiniões, ou paixões se tornarão principal substância para seus artigos, onde o mundo aparecerá como plano de fundo. O sujeito repórter acaba ganhando mais destaque do que o drama que ele põe a descoberto (AUBENAS; BENASAYAG, 2003).

4.2 DESAFIOS DA ERA TECNOLÓGICA

Se antigamente a comunicação era considerada apenas como um *meio* de transmitir uma mensagem, e o importante mesmo era o conteúdo veiculado, a era da tecnologia de informação veio para inverter este conceito. Hoje, os valores mais importantes estão na difusão da informação: rapidez, onipresença e interatividade. O

conteúdo passa a ter um interesse secundário, e seus critérios de seleção são cada vez mais incertos.

A era da tecnologia coincide com sérias mudanças no mercado de trabalho. O imperativo da técnica demanda um perfil diferente de profissional, geralmente jovem, e que saiba operar em qualquer veículo de comunicação, às vezes mais de um ao mesmo tempo: jornal, televisão, rádio, internet, etc. Saber como operar se torna hoje mais relevante do que saber como lidar com a informação em si. Targino (2009) destaca a reserva de mercado como a principal razão deste problema:

Empiricamente, no contexto brasileiro, ousamos afirmar que a profissionalização das redações tem coincidido com uma queda vertiginosa da média de inteligência de seus frequentadores e de seus produtos. Mas esse declínio não resulta dos cursos superiores de jornalismo. Isso seria um contrassenso. Deve-se à estulta reserva de mercado para os diplomados. Reservas de mercado levam à padronização por baixo, [...] É uma bênção que haja tantos cursos superiores de jornalismo no país. Mas uma maldição que apenas eles possam fornecer a mão-de-obra disponível. O que é obrigatório leva ao comodismo, e o comodismo é o pai da ineficiência (TARGINO, 2009, p. 76)

Não é a toa que no Brasil já estejamos colocando em dúvida a obrigatoriedade do diploma de jornalista para exercer a profissão. Entretanto, este assunto possui outras questões envolvidas, que dariam uma longa discussão em separado.

Esse comodismo da imprensa em geral, unido ao alargamento das fronteiras geográficas da comunicação, acaba nos forçando a levar em conta a seguinte expressão: “Hoje, sabemos mais a respeito sobre o que acontece do outro lado do mundo do que sobre o que acontece na nossa própria rua”. É essa a sensação latente – embora muitas vezes inconsciente – de qualquer pessoa que acompanha as notícias todos os dias. Estamos diante de um quadro em que a imprensa perdeu o *foco* da sociedade. Seus interesses e aspirações giram em torno de conceitos tão grandiosos, que se perdeu o endereço do cidadão comum. Essa distância, às vezes incalculável, abre então uma margem para a proliferação de veículos alternativos à grande mídia, segmentados de acordo com os interesses de certos grupos (TARGINO, 2009).

Se a inserção da internet, por exemplo, possibilitou outra dinâmica na produção das notícias, ela igualmente possibilitou a qualquer pessoa consumir e

fabricar informações de acordo com seus próprios interesses. Fenômenos de comunicação social, como o “Jornalismo Cidadão”³, são uma realidade do nosso tempo que não podem ser desconsiderados do cenário geral, pois elas vêm para suprir uma carência de informações a respeito de certos setores da sociedade que não conseguem ser representados pela mídia.

4.3 OS EXCLUÍDOS

Se reconhecermos que a comunicação social opera através das idéias de que “só acontece o que aparece na imprensa”, “a realidade só pode ser *representada*” e “nosso mundo precisa ser sempre *transparente*”, o desenvolvimento de uma cidadania ativa obviamente passa pela representação social através da mídia.

Segundo Marcondes (2009), a imprensa emerge na era tecnológica como a única estrutura capaz de “organizar” de alguma forma as aspirações, reivindicações ou insatisfações de uma sociedade, em face da desmoralização das instituições públicas que deveriam dar conta destas demandas. Ele também afirma que essa função não é inerente à imprensa, e nem seu ideal de atuação. Ela é antes de qualquer coisa o único meio possível para que essas campanhas venham a público, e que a valorização da imprensa acaba por atribuir-lhe muito mais importância, e não raro poder social, do que em princípio lhe cabe, visto que esta se define como uma instituição de natureza econômica.

Quando nos voltamos ao caso do Brasil, a questão da representação social através da mídia se torna muito mais complexa frente às disparidades sócio-econômicas do país. Targino (2009) reitera que a margem de entendimento das notícias varia muito de acordo com a posição social do indivíduo:

[...] não basta ter acesso ao circuito informativo para participar das decisões públicas. Muitos brasileiros recebem informações via rádio e televisão. Mas a maioria continua à margem do debate público, por não apreender a essência dos fatos. Indiferente ao avanço tecnológico, o estágio

³ **Jornalismo Cidadão:** Fenômeno em vários lugares do mundo, onde os cidadãos se apropriam de ferramentas de comunicação, e passam a eles mesmos produzirem conteúdo jornalístico de seu interesse. Essa facilidade de acesso aos sistemas de divulgação se dá principalmente pela internet, com a proliferação de blogs, flogs, vlogs, podcasts, comunidades, fóruns, sites, etc. Ver Targino (2009) para mais informações (TARGINO, 2009).

socioeconômico predominante da população corresponde à saída da oralidade para a audiovisualidade, sem sequer o domínio da leitura, na aceção de atribuição de sentido a um texto, em relação dialógica autor *versus* leitor. Há também os que estão à margem de quaisquer medidas de inclusão. São os que estão em situação de pobreza e os que vivem situação de extrema pobreza. São os muito idosos, os desempregados ou subempregados. São os que compõem grupos raciais e étnicos minoritários. São os presidiários, os drogados, os bandidos, as prostitutas e, às vezes, os enfermos, os hospitalizados e os portadores de deficiências físicas. (TARGINO, 2009, p. 74)

Sendo assim, Marcondes (2009) defende que a livre manifestação da opinião é privilégio daqueles que já desfrutam de outros setores (político, econômico, religioso, militar), conferindo um poder social que lhes dá respaldo. As pessoas que não participam destes grupos estariam fadadas a não serem ouvidas na sociedade. Estabelece-se então uma relação de poder:

Constata-se aí, no plano do discurso, a mais flagrante desigualdade social: a dos que tem a chance e os meios de falar e se impor, mesmo sem nada o que dizer, contra os que não os tem, mesmo tendo muito a dizer. Esta é uma relação de poder: ter acesso e poder utilizar os meios de comunicação configura um atributo de poder àqueles que dominam. A posse e o direito de expressar publicamente opiniões confirma privilégios diferenciados. (MARCONDES, 2009, p. 187-188)

Aubenas e Benasayag (2003) defendem que diante desta realidade, é terminantemente necessário que a imprensa, e as pessoas que trabalham nela, se deem conta da multiplicidade do mundo. Que trabalhem em função de suprir as brechas de informação resultantes de um mundo utilitarista e capitalista ao extremo, a fim de se abrirem para as práticas sociais concretas do conjunto de cidadãos. Pois “a linha de ruptura atravessa sem dúvida a imprensa, mas não se detém nela: ela traça a fronteira entre os que se acomodam ao mundo virtual da comunicação, [...] e os que se engajam numa verdadeira alternativa” (AUBENAS: BENASAYAG, 2003, p. 100).

A luta por uma comunicação social mais condizente com as aspirações da sociedade gira em torno desta ruptura. Os novos modelos de produção jornalística, nem sempre comandados por profissionais diplomados, são uma opção inovadora que surge desta carência de informação interessante das empresas jornalísticas. “A contraposição homem-empresa é de intenções, visões de mundo, perspectivas, mas

também relativa às transformações da matéria: só do humano emerge o novo” (MARCONDES, 2009, p. 189).

5 BUSCA POR NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

5.1 ALICE

A Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação – ALICE⁴ é uma organização não-governamental que tem como objetivos desenvolver projetos de comunicação voltados para a área social; discutir o comportamento, a ética e as tendências da grande imprensa; formar leitores críticos; e contribuir para democratizar e qualificar a informação no Brasil. A ONG surgiu por iniciativa das jornalistas Clarinha Glock e Rosina Duarte, que queriam explorar novas maneiras de se trabalhar com comunicação de uma forma mais diretamente ligada às questões sociais.

Apesar de existir informalmente desde 1998, a ALICE só foi registrada oficialmente em 17 de janeiro de 2005. Todas as suas atividades estão norteadas pela promoção do direito universal à comunicação, possuindo como princípios básicos:

- Conduta ética pessoal e profissional;
- Honestidade;
- Atuação não assistencialista;
- Precisão no trato da informação;
- Compromisso com a verdade;
- Estímulo à autonomia e à iniciativa;
- Isenção crítica;
- Engajamento com o interesse público;
- Responsabilidade fiscal;
- Compromisso com a transparência.

Os projetos da ALICE estão dispostos em quatro linhas principais:

⁴ As informações foram coletadas diretamente na sede da ALICE, no site <<http://www.alice.org.br/>>, e em entrevistas informais com integrantes da instituição.

1. *Novos Canais de Comunicação* - Estimula a criação de veículos alternativos entre populações sem representação na mídia, em especial as de baixa renda. Além de proporcionar um canal que garante a visibilidade de tais grupos, utiliza a comunicação como um meio de incentivar a autoestima e instigar o debate sobre direitos, formas de organização e alternativas de renda. As publicações produzidas sob a orientação da ALICE também proporcionam aos seus leitores conhecerem e refletirem sobre uma realidade que não aparece na grande mídia.
2. *Debater a Comunicação* - Promove o debate entre os profissionais, estudantes e professores de Comunicação. Os temas escolhidos dizem respeito ao comportamento, contexto, rumos e ética profissional. Por meio desta estratégia, pretende aproximar gerações, resgatar a trajetória histórica do Jornalismo, recompor e transmitir valores e, sobretudo, estimular a reflexão crítica e plural entre os profissionais de Comunicação.
3. *Educação para a Mídia* - São oficinas de Comunicação desenvolvidas pela ALICE, que tem por objetivo despertar os consumidores e produtores das notícias para a importância e o efeito da comunicação sobre a sociedade.
4. *Direito à Memória* - Desenvolve projetos destinados a recuperar fatos e episódios históricos desconhecidos para a maioria dos brasileiros, especialmente os jovens. Por meio de exposições fotográficas, publicações, debates, instalação de memoriais e outras ações, trás à tona esta memória banida do cotidiano, mostrando seus reflexos na sociedade atual.

Os projetos da ALICE já foram contemplados com alguns prêmios, como o Prêmio Direitos Humanos do Rio Grande do Sul 2002, concedido pela Comissão de Cidadania e Direitos Humanos da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, UNESCO no Brasil e Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho; o Prêmio Mídia Livre, concedido pelo Ministério da Cultura; o Prêmio Culturas Populares, concedido pelo Ministério da Cultura; e o prêmio da Internacional Network Street Paper (INSP) para “Melhor Artigo Vendedor” em 2007, Glasgow, Escócia.

5.1.1 Boca de Rua

O projeto Boca de Rua foi o primeiro da ONG ALICE. Iniciou em agosto de 2000, a partir do contato das jornalistas Clarinha Glock e Rosina Duarte com um grupo de moradores de rua da “Turma dos Cachorrinhos”. Eram pessoas que haviam sido alfabetizadas desde criança pela professora voluntária Deirdre Bicca, na praça em frente ao colégio Rosário, em Porto Alegre. Após uma grande exposição da mídia local sobre a história deles, era um momento em que se viam “largados à deriva” depois de algumas promessas não cumpridas por pessoas que se aproximaram deles depois da divulgação das matérias. As duas jornalistas chegaram então com a intenção de lhes propor a fazerem “um jornal diferente, que fosse sua voz, seu canal de comunicação com a sociedade” (GLOCK; DUARTE, 2008, p. 281).

Apesar de não terem pensado em uma metodologia específica, as jornalistas começaram incentivando o grupo a contarem suas histórias, com a premissa de que todo mundo, com ou sem casa, tem algo importante a dizer. O grupo foi aos poucos entendendo melhor a proposta, e produzindo textos e fotos que, em menos de seis meses já eram suficientes para encher mais de uma edição do jornal. Eles também criaram o nome “Boca de Rua”, e um deles desenhou o logotipo, que simboliza perfeitamente as angústias destas pessoas: uma boca escancarada, cercada pelo símbolo de igualdade e do demônio.

Em janeiro de 2001 foi impresso o primeiro jornal feito por moradores de rua em Porto Alegre e no Brasil. Era preciso então aprender como vender este jornal. O começo foi complicado devido à desconfiança dos compradores, e da falta de autoconfiança dos moradores de rua. Lentamente eles foram aprendendo como interagir com o público e a apresentar, orgulhosos, o seu próprio trabalho. Nessa época era muito comum que os moradores de rua usassem algum tipo de entorpecente durante as reuniões ou durante as vendas. Aos poucos essa mentalidade foi mudando, a partir do momento em que o grupo foi fortalecendo suas relações e estabelecendo regras de trabalho e convivência, sempre baseadas no respeito mútuo. No começo também era comum ter uma maior rotatividade de integrantes, pois muitos ficavam pelo caminho, impedidos de viver devido às drogas

ou à violência. Felizmente sempre chegava mais um para integrar o grupo, dando continuidade ao trabalho.

As primeiras reuniões eram realizadas a céu aberto, ou embaixo de toldos ou paradas de ônibus para se protegerem da chuva. Depois da Praça do Rosário, o grupo migrou para o Parque Farroupilha, primeiro no palco, depois na lateral do Auditório Araújo Vianna. Após um tempo, as reuniões passaram a ser realizadas na Associação Beneficente Bandeirão Popular Gaúcho, no bairro Azenha. Em 2007 as atividades do refeitório voltado à população carente foram encerradas, obrigando o projeto Boca de Rua a migrar para o Restaurante Popular, no centro da cidade. As regras rígidas e situações de conflito com a organização do local forçaram o grupo a novamente mudar o local de reuniões. Em parte de 2008 o jornal foi elaborado na sede do Grupo de Apoio à Prevenção da AIDS (GAPA-RS). Durante um período de 2009, foi produzido em uma sala de reuniões cedida a movimentos sociais no Mercado Público de Porto Alegre, e retornou definitivamente ao GAPA-RS em julho do mesmo ano.

À medida que o grupo foi crescendo e adquirindo seu próprio espaço, surgiu a demanda de atender as necessidades das crianças e adolescentes vinculados aos adultos do projeto. Para que suas vozes também fossem ouvidas, surgiu o Boquinha, encarte do jornal Boca de Rua, destinado à exposição dos trabalhos dos pequenos em oficinas de texto, teatro, artesanato, malabarismo, artes plásticas e música, além de fazerem passeios em espaços culturais e de lazer. As oficinas do Boquinha, tiveram início em 2003, e contam com aproximadamente 15 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. A única exigência para participarem é que eles tenham frequência regular na escola formal. Embora não possam vender o jornal, os pais ou responsáveis recebem uma ajuda de custo semanal em troca da participação no projeto.

O Boca de Rua é membro da Rede Internacional de Publicações de Rua (*International Network of Street Papers – INSP*), entidade com sede na Escócia, que reúne jornais e revistas vendidos por populações em situação de risco em 40 países.

Dentro da INSP, o Boca de Rua se destaca como um “*street paper*”⁵ pela originalidade, pois é o único, desta rede, que é produzido pelos próprios vendedores.

Desde o início, a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho financia a impressão do jornal. O projeto ainda conta com o apoio de outros parceiros dentre os quais a Fundação Luterana de Diaconia, Paulo Afonso Consultores de Marcas e Patentes, Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul, Grupo de Apoio à Prevenção da Aids – nesse caso, além do espaço para as reuniões, a parceria trata de encaminhamentos na área de saúde dos integrantes adultos do jornal Boca de Rua –, Prefeitura Municipal de Porto Alegre – para encaminhamentos dos adolescentes e crianças que participam do Boquinha –, Ministério da Saúde, Ministério Público, Comissão de Cidadania e Direitos Humanos da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul, Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, e Universidades.

5.1.1.1 Organização

O *Boca de Rua* é um veículo trimestral, com tiragem de 8.000 exemplares, produzido por pessoas da cidade de Porto Alegre, que estão ou já estiveram em situação de rua. O grupo comporta até 30 pessoas, necessariamente maiores de 16 anos, pois menores desta idade não pode vender os jornais. Os moradores de rua são responsáveis pela escolha e execução das pautas, entrevistas e fotos, com o auxílio da equipe responsável pelo projeto.

Eles recebem os jornais para serem vendidos como pagamento pelo trabalho. As cotas variam de 35 a 40 exemplares por semana, conforme o período. Cada exemplar custa R\$ 1,00, totalizando aproximadamente de R\$ 140,00 à R\$ 160,00 por mês, renda revertida diretamente ao vendedor, sem necessidade de prestar contas ao projeto.

⁵ **Street Papers:** São revistas ou jornais que servem como espaço para as vozes de pessoas em situação de vulnerabilidade social, e por elas são vendidas em diversas cidades do mundo. Os *street papers* permitem estabelecer relações entre sujeitos de níveis sociais diferentes através do processo de compra e venda de publicações. Este mecanismo se apresenta como uma alternativa para solucionar o problema da pobreza, atuando como um brado contra a injustiça, ao defender as necessidades e os direitos dos menos favorecidos. Os *street papers* também são uma poderosa ferramenta de transformação social na vida de pessoas consideradas excluídas da sociedade, no momento em que são vistas como trabalhadoras (MONTIPÓ; ROSEDO, 2011).

Cada edição do jornal possui oito páginas, sendo que três são destinadas ao *Boquinha*. Descontada a capa, o Boca adulto precisa produzir matérias para preencher quatro páginas por trimestre.

As reuniões acontecem todas as segundas-feiras das 14h30min às 15h30min na sede do GAPA-RS, no bairro Cidade Baixa. Já os encontros do *Boquinha* acontecem no mesmo horário e local, às sextas-feiras. Para participar da reunião precisa chegar no horário, e quem falta precisa levar uma justificativa. Para começar a receber os jornais e fazer parte do grupo, o participante precisa vir à três reuniões consecutivas, recebendo a cota na terceira reunião. Se o participante faltar a três encontros seguidos sem justificativa será desligado do grupo, dando lugar a alguém que esteja na lista de espera – sempre com abertura para retornar em outra ocasião mais oportuna. São frequentes desligamentos temporários e regressos ao grupo devido a questões pessoais dos participantes, que podem ser por terem adquirido um trabalho formal ou terem que atender a outras demandas.

O projeto conta com a colaboração de uma equipe multidisciplinar formada por jornalistas, educadores, psicólogos e profissionais de outras áreas, que fazem parte da “*Rede Boca*”. São eles que trabalham diretamente com os grupos que fazem o jornal, ou atuam paralelamente através da ALICE, ajudando em outros projetos da ONG. É comum a participação de estudantes das mais variadas áreas auxiliando a produção do jornal, o que abre espaço para a aplicação de conhecimentos multidisciplinares no projeto, contribuindo para a construção de uma experiência de comunicação social sem precedentes em outros lugares do mundo de que se tem notícia.

6 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho foi a observação das interações comunicacionais através do trabalho de campo, sugerido por Yves Winkin (1998). Segundo ele, a pesquisa etnográfica⁶ passou por três etapas evolutivas, antes de poder ser aplicada nas observações de situações do cotidiano. Primeiro, os antropólogos se preocupavam e coletar objetos e questionários trazidos por missionários em missão em terras estrangeiras. Logo eles se deram conta de que deviam viajar a estes lugares para realizar suas pesquisas. A segunda revolução foi quando os antropólogos perceberam que poderiam fazer as mesmas análises dentro do seu próprio meio de convívio, as cidades. Neste período, o pólo de maior interesse era estudar as situações dos pobres, dos desajustados ou dos dominados. A terceira grande revolução foi quando surgiu a definição de que *cultura* (Ward Goodenough) poderia ser definida por “tudo o que você precisa saber para ser membro de um grupo”. Chega-se a aceção de que a etnografia pode ser utilizada em todos os lugares, em todas as circunstâncias, e com pleno conhecimento teórico.

Para mim, a etnografia hoje é ao mesmo tempo uma arte e uma disciplina científica, que consiste em primeiro lugar em *saber ver*. É em seguida uma disciplina que exige *saber estar com*, com outros e consigo mesmo, quando você se encontra perante outras pessoas. Enfim, é uma arte que exige que se saiba retraduzir para um público terceiro (terceiro em relação àquele que você estudou) e portanto que se *saiba escrever*. Arte de *ver*, arte de *ser*, arte de *escrever*. São essas três competências que a etnografia convoca” (WINKIN, 1998, p. 132)

O objeto de estudo deste trabalho é a descrição do modo de produção do jornal Boca de Rua, a partir da observação das interações comunicacionais. O objetivo inicial era descobrir “O que faz o jornal Boca de Rua possível?”. Apesar de não ter sido feito nenhum planejamento prévio, o trabalho de campo se deu em dois momentos distintos.

Primeiramente, a produção de um documentário para a cadeira de Projeto Experimental em TV, da Unisinos, fez com que eu tivesse o primeiro contato com o

⁶ **Etnografia:** 1. A parte dos estudos antropológicos que correspondem à fase de elaboração dos dados obtidos em pesquisa de campo. 2. O estudo descritivo de um ou de vários aspectos sociais ou culturais de um povo ou um grupo social (FERREIRA, 1999, p.849).

projeto. Este período foi compreendido entre os meses de abril e julho de 2011, e envolveu comparecimento em algumas reuniões para levantamento de informações, e a gravação das cenas e entrevistas com as pessoas que fazem o jornal.

O segundo momento se deu por uma *observação participativa* – entre os meses de setembro e outubro de 2011 – onde fui aceita pelo grupo para comparecer nas reuniões e ajudar no desenvolvimento do trabalho de produção das matérias. Neste período, algumas informações também foram recolhidas em conversas informais com os participantes do projeto. No total, foram acompanhados momentos de dois processos de produção de duas edições do jornal: ano X, número 40, de julho, agosto e setembro de 2011; e ano X, número 41, de outubro, novembro e dezembro de 2011.

6.1 O DOCUMENTÁRIO BOCA DE RUA

FIGURA 1: Abertura do documentário



Fonte: Arquivo pessoal da autora

Em abril de 2011 o meu grupo da disciplina de Projeto Experimental em TV resolveu realizar um documentário sobre o projeto Boca de Rua, que completaria 11

anos neste mesmo ano. Até então tínhamos poucas informações sobre o que era realmente o projeto. Tínhamos alguma noção a partir de palestras ocasionais da jornalista Rosina Duarte, coordenadora da Alice, com turmas de alunos de Jornalismo da Unisinos. A idéia geral do projeto nos era bem clara “um canal de comunicação para a população de rua de Porto Alegre”. Mas não tínhamos a mínima idéia de como isso era possível, e muito da nossa ignorância vinha das nossas suposições pessoais sobre o que seria a vida dos moradores de rua.

A dificuldade inicial que encontramos foi uma pré-suposição – que felizmente se provou errônea – que rodava a equipe de produção sobre “não se poder contar com a pontualidade e o regramento do morador de rua com seus compromissos, pois a rotina deles é diferente da nossa disponibilidade de produção”, logo estaríamos à mercê de imprevistos, caso conseguíssemos agendar uma entrevista fora do horário da reunião. A estrutura do projeto nos facilitou muito quebrar essa barreira, pois lá tudo funciona como tem que ser. Se as reuniões são às segundas-feiras, logo, todos estarão lá no horário certo.

O próximo desafio, ao chegar à reunião, foi entender o que estava se passando naquela situação. Tínhamos muito forte a suposição de que queríamos contar “histórias de pessoas”, pois do ponto de vista de um jornalista isso é o lugar-comum mais sedutor. Até conseguimos com que algumas pessoas se dispusessem a contar um pouco da sua história, mas fomos descobrindo que o importante mesmo era que elas falassem do projeto, do jornal Boca de Rua, e do quão importante ele era para suas vidas.

Durante a produção do documentário ainda enfrentamos a inesperada morte de um dos integrantes do projeto. Alexsandro Rocha da Silva, o Bocão, um dos comunicadores mais antigos do jornal, pois estava nele desde o começo, morrera – em 21 de maio – devido a complicações de seu estado de saúde por negligência no atendimento. Apesar de ser uma situação delicada, pois mexeu profundamente com o ânimo do grupo, resolvemos retratar o caso no documentário.

Ao final, obtemos apenas uma parcela de realidade do que era o projeto Boca de Rua. Um retrato do que acompanhamos durante aproximadamente 3 meses (em apenas duas externas), permeado por limitações técnicas e imprevistos. Para um projeto que já tem mais de 10 anos de história, três meses em dois dias de gravação

é muito pouco tempo para se ter uma idéia concisa sobre o Boca de Rua. Mesmo com a nossa postura de interferir o menos possível no ambiente das reuniões e retornar para exibir o documentário pronto – o que nos rendeu ótimos elogios por parte da equipe do Boca de Rua – não obtivemos o resultado desejado, embora ele tenha sido muito bom. Pecamos em alguns pontos técnicos como imagem, som e edição. Entretanto, o mais gratificante para nós foi realmente perceber que um simples trabalho de faculdade, sem grandes pretensões, poderia ter uma repercussão positiva na vida de alguém. Isso nos fez perceber o quanto éramos pequenos dentro das nossas ingênuas observações sobre o que é realmente um morador de rua. A decisão de me aprofundar numa pesquisa sobre o projeto veio muito em virtude disso, pois a experiência deixou muitas lacunas a responder. Faltava captar um pouco mais da essência do projeto.

6.2 A OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA

Quando propus ao grupo observá-los para este trabalho, logo me sugeriram que seria mais interessante se eu pudesse participar das atividades, do que ficar apenas olhando as pessoas trabalharem e fazer perguntas. A observação participativa então se tornou uma necessidade. Seria mais fácil assimilar as informações de perto, sem falar do privilégio de ter um contato direto com o objeto de estudo. Segundo Angrosino (2009), a observação participativa (ou participante) não é propriamente um método de pesquisa etnográfica, mas sim um estilo pessoal adotado por pesquisadores em campo que, depois de aceitos em pela comunidade estudada, podem aplicar uma variedade de técnicas de coleta de dados para entender melhor sobre as pessoas e seus modos de vida. Ele ainda acrescenta que:

na observação participante, os membros da comunidade estudada concordam com a presença do pesquisador entre eles como um vizinho e um amigo que também é, casualmente, um pesquisador. /O observador participante deve, então, fazer o esforço de ser aceitável como pessoa (o que vai significar coisas diferentes em termos de comportamento, de modos de viver e, às vezes, até de aparência em diferentes culturas) e não simplesmente respeitável como cientista. (ANGROSINO, 2009, p. 33)

Sendo assim, entre os meses de setembro e outubro de 2011, fui acolhida pelo grupo auxiliando a equipe voluntária, que é responsável pela administração e

andamento das reuniões de produção do jornal Boca de Rua. A partir desta experiência, pude recolher informações mais detalhadas sobre o grupo que resultaram neste trabalho.

7 DESCRIÇÃO DA DINÂMICA DE PRODUÇÃO DO JORNAL BOCA DE RUA

7.1 O GRUPO

Antes de destacar as principais características que podem definir melhor o grupo de pessoas que realizam o jornal Boca de Rua, é preciso que se façam algumas conceituações pertinentes. De acordo com Zimerman e Osório (1997) o conceito de grupo, embora muito abrangente, pode ser entendido em termos gerais da seguinte forma:

O ser humano é gregário por natureza e somente existe, ou subsiste, em função de seus inter-relacionamentos grupais. Sempre, desde o nascimento, o indivíduo participa de diferentes grupos, numa constante dialética entre a busca de sua identidade individual e a necessidade de uma identidade grupal e social. Um conjunto de pessoas constitui um grupo, um conjunto de grupos constitui uma comunidade e um conjunto interativo das comunidades configura uma sociedade. (ZIEMERMAN, OSÓRIO, 1997, p. 26-27)

Os mesmos autores também acrescentam que, de acordo com essa justificativa, podemos afirmar que *todo indivíduo é um grupo* – enquanto em seu mundo interno habitam personagens introjetados, como pais, irmãos, etc., que convivem e interagem entre si –, da mesma maneira como *todo grupo pode se comportar como uma individualidade* – na medida em que adota uma característica que o define, como “um grupo obsessivo”, ou “atuador”, etc. Também está implícita à condição de grupo a existência entre seus membros de alguma forma de interação afetiva, a qual costuma assumir as mais variadas e múltiplas formas (ZIMERMAN, OSÓRIO, 1997).

Na elaboração do jornal Boca de Rua é importante destacar que dentro do grande grupo de trabalho, existem dois “subgrupos” de indivíduos com funções e características diferentes. Neste trabalho, iremos denominá-los como *equipe voluntária* e *comunicadores*, sendo o primeiro constituído de pessoas incumbidas de administrar as reuniões do projeto, e o segundo dos moradores de rua. Embora tenham características diferentes, dentro da organização do trabalho, ambos possuem funções distintas, porém complementares, quebrando com qualquer estrutura puramente hierárquica, amplamente engessada nas relações sociais.

7.1.1 A equipe voluntária

Antes de discorrermos sobre a conceituação do termo “*equipe voluntária*” utilizado neste trabalho, é preciso apresentar quais são as características principais deste subgrupo. A equipe de pessoas que trabalha no Boca de Rua – com a exceção da coordenadora e fundadora da ALICE, a jornalista Rosina Duarte – normalmente é constituída principalmente por estudantes universitários de variadas áreas do conhecimento. Estudantes de jornalismo, psicologia, pedagogia, geografia, entre outros já passaram pelo projeto desde o seu surgimento, bem como pessoas já formadas em outras áreas. A principal forma com que elas chegam ao Boca de Rua é através de trabalhos a serem desenvolvidos para seus cursos de graduação ou pós-graduação. Muitos estudantes fazem esse caminho, mas apenas alguns acabam se apegando ao grupo por algum motivo, normalmente um motivo pessoal muito específico. Sendo assim, algumas hipóteses para essa ocorrência podem ser levantadas.

O surgimento do chamado Terceiro Setor⁷ veio com a justificativa de que o Estado sozinho não seria capaz de dar conta de todas as demandas sociais. Desta maneira, a sociedade civil, principalmente a partir dos anos 90, passou a protagonizar as ações na área social, promovendo uma mudança através de instituições sem fins lucrativos e ações do voluntariado. O Terceiro Setor possibilitou um campo novo de atuação tanto para pessoas puramente levadas pelo engajamento por alguma causa social, quanto para profissionais de mercado das mais diversas áreas (GOLDBERG, 2001). Sendo assim, acreditamos que o trabalho desenvolvido pela ALICE com o Boca de Rua e em seus outros projetos, entra nessa lógica, de promover um novo campo de atuação profissional diferenciado da educação formal, e das práticas estagnadas do mercado de trabalho.

Segundo a pesquisa “Doações e trabalho voluntário no Brasil” (Leilah Landim e Maria Celi Scalon), realizada no ano 2000, o perfil das pessoas que atuam no

⁷ **Terceiro Setor:** Terceiro setor é o conjunto de organizações da sociedade civil de direito privado, sem fins lucrativos e voltadas para fins públicos. Ele inclui ONGs, organizações comunitárias, institutos, fundações, e outras instituições que surgem da sociedade civil com a finalidade de desenvolver atividades em prol do bem comum. De acordo com essa terminologia, o primeiro setor é o governo, responsável por utilizar recursos para fins públicos, e o segundo é o mercado, setor ocupado por organizações de direito privado e fins lucrativos (GOLDBERG, 2001).

voluntariado vem mudando, principalmente pela atenuação da característica puramente assistencialista da atividade.

A enquete aponta novos elementos no costume de exercer o voluntariado no Brasil, muito além dos propósitos de caridade, amor ao próximo, solidariedade. São valores de cidadania, participação social transformadora e de sociabilidade, que surgem em sintonia com uma sociedade mais informada e participativa do que em qualquer outro momento da história. (GOLDBERG, 2001, p. 23).

Mesmo assim, não é correto afirmar que o trabalho deste subgrupo envolvido no projeto Boca de Rua seja um “trabalho voluntário” em sua definição clássica de altruísmo e benevolência. É importante que se destaque que mesmo possuindo um domínio das técnicas de produção da notícia e colocando-as “a serviço” dos comunicadores para que seja possível fazer o jornal, estas pessoas também recebem alguma coisa em troca nesta relação. Seja em informações e subsídios para um trabalho acadêmico, ou nos valiosos ensinamentos provenientes da relação humana que se estabelece nesta troca de experiências de vida através do trabalho em grupo.

Então, este subgrupo, formado principalmente por profissionais em formação, possui a possibilidade de desenvolver novas atividades unindo a teoria aprendida com uma prática em um ambiente de novos desafios.

Ainda não existe um termo definitivo para denominar essa nova forma de “complementação de estudos”. A dificuldade é tanta, que em outros trabalhos acadêmicos já se usou termos como “técnicos”, “equipe técnica”, “coordenadores”, entre outros. Entretanto, nenhuma dessas palavras parece apreender definitivamente a função deste subgrupo. E talvez essa nem seja uma preocupação tão importante, visto que a atividade encontra-se em processo de desenvolvimento, e como possui uma proposta puramente inovadora, é possível que ainda mude bastante daqui em diante.

Neste trabalho optou-se pela utilização do termo “equipe voluntária” a partir da definição da palavra *voluntário* no dicionário: “**Voluntário**: [do lat. *Voluntariu*]. Adj. 1. Que age espontaneamente. 2. Derivado da vontade própria; em que não há coação; espontâneo” (FERREIRA, 1999, p. 2086).

Logo, o termo “voluntário”, exprime a principal razão pelo qual estas pessoas se encaixam no subgrupo: por um interesse pessoal, derivado da própria vontade, sem coação, e de apresentação espontânea. São as razões pessoais do indivíduo, e sua vontade de exercer sua atividade profissional em um ambiente de inovação que movem estas pessoas a se juntarem ao Boca de Rua.

Por questões financeiras de falta de financiamento, a equipe voluntária não recebe remuneração pelo trabalho. Entretanto já houve um período em que isso foi possível através de um edital do Estado. É de interesse da ALICE que com o tempo, a atividade seja remunerada, visando a sua valorização.

A equipe voluntária também é a linha de frente do projeto, sendo responsável não só por administrar o andamento das reuniões e a logística das atividades, como também por responder em nome do Boca de Rua à qualquer questão que demande do público externo.

7.1.2 Os comunicadores

Todo o ser humano, à grosso modo, é um comunicador popular ou simplesmente comunicador, pois todo mundo comunica algo. Contudo, na paisagem nacional da comunicação,

a expressão “comunicador popular” está sendo usada para identificar pessoas sem diploma universitário de jornalismo que exercem algum tipo de atividade na área, em especial ligada à organização comunitária remunerada ou não. (DUARTE; POZZOBON; ROSSAL, 2010, p. 34)

Neste trabalho, se optou pela utilização do termo “*comunicadores*” para definir o subgrupo formado por moradores de rua que participam do jornal. A escolha se deu mais pela simplicidade da palavra, que os coloca de uma posição de igual relevância em relação a outros tipos de comunicadores, não enfatizando uma diferenciação que poderia implicar numa espécie de “rebaixamento” em relação à validade da informação prestada por eles, por ser de caráter diferenciado do convencional.

Os estigmas carregados pela população de rua já são suficientemente pejorativos ao diferenciá-los na sociedade. Vieira, Bezerra e Rosa (1994) definem

que a população de rua faz parte, de forma crescente, do cenário das grandes cidades do mundo, pois se trata de um segmento social que, sem trabalho, e sem casa, utiliza a rua como espaço de sobrevivência e moradia. Logo, eles representam uma transgressão ao sistema da sociedade, implicando ou uma ação de excluí-los ou de integrá-los de alguma forma.

Sendo assim, o agrupamento torna-se, no caso do morador de rua, uma estratégia de sobrevivência, enquanto aplicada no sentido de proteção e segurança. Além disso, como dito anteriormente, o grupo possibilita ao ser humano uma identidade pessoal e social, pois a pessoa se vê aceita na condição de igual, enquanto em outros setores da sociedade seria discriminada e inferiorizada.

Assim como morar na rua viola uma regra social de uso do espaço, a forma de sobrevivência dessa população – que se faz apenas secundariamente pelo mercado, seja o de trabalho seja o de bens – subverte os padrões e valores de reprodução da sociedade capitalista, em que o trabalho aparece como a forma legítima de garantir o sustento. (VIEIRA; BEZERRA; ROSA 1994, p.100)

A resposta da sociedade para quem não se enquadra neste esquema é o estigma: *vagabundo*, *malandro*, *vadio* ou quando muito *coitado*. No entanto, o morador de rua com frequência assume de forma extremamente rígida o estigma lançado sobre si, utilizando os olhos da sociedade para avaliar sua condição social.

Neste subgrupo dos *comunicadores* estão pessoas de uma larga faixa de idade (entre 17 e 50 e poucos anos), em sua maioria homens (as mulheres são minoria), com ou sem família, que nasceram ou foram parar na rua no decorrer da vida. Boa parte dos integrantes participa do grupo há alguns anos, e alguns estão nele desde o começo. É notável que eles possuam muitos problemas de saúde – embora a parceria com o GAPA-RS, desde 2009 tenha contribuído para uma melhora sensível do estado coletivo de saúde. Muitos são portadores do vírus HIV, desenvolvendo ocasionalmente outras doenças oportunistas como pneumonia ou tuberculose. Além disso, o uso crônico de entorpecentes (drogas e bebidas alcoólicas) é prática comum. Os problemas de saúde unidos ao uso dessas substâncias e em especial o frio da capital gaúcha durante o inverno, já levaram a óbito vários integrantes do jornal durante toda sua existência. Aos poucos se tenta

discutir com eles a importância de cuidar da saúde, mesmo morando na rua, sendo frequentes as indicações para programas de redução de danos.

Podemos dizer que sem a função dos *comunicadores* no grupo, não existiria o jornal Boca de Rua. Sua principal característica é a vontade de se comunicar com a sociedade, tanto para denunciar suas condições de vida, quanto para esclarecer-la, visando uma redução da discriminação social sofrida no dia-a-dia. Mesmo aqueles que se dizem prioritariamente interessados na renda proveniente das vendas do jornal acabam sendo instigados a reconhecerem a importância do seu relato durante a dinâmica de trabalho. Seus conhecimentos sobre a própria realidade derivam de situações empíricas, reais, o que reforça a legitimidade das informações trazidas por eles ao jornal. Apesar de não ser sua principal motivação para participar do Boca de Rua, com o tempo, os comunicadores vão adquirindo algumas nuances de certo conhecimento técnico derivado da prática de fazerem matérias para o jornal. A situação proporcionada pelo relacionamento direto com a equipe voluntária, e a posterior relação direta com o comprador do jornal, constituem uma conquista de elevada importância para os comunicadores, acostumados a terem uma relação conflituosa e sem confiança com as demais pessoas da sociedade, que não fazem parte do ambiente da rua.

A possibilidade de desenvolverem um trabalho quase que totalmente gerido por eles, faz com o que os comunicadores se sintam valorizados e reconhecidos na sociedade, fruto do próprio esforço. Isso ajuda significativamente para que eles tenham melhoras em suas condições de vida, muitas vezes almejando alcançar outras conquistas pessoais maiores.

7.2 A DINÂMICA

Existem duas terminações que podem ajudar a definir as principais características da dinâmica de interações dentro do método de trabalho do jornal Boca de Rua. Por já ter sido apontado que o projeto se caracteriza como um campo de atividades multidisciplinares e de iniciativa inovadora, talvez estas denominações não sejam totalmente cabíveis, embora se encontrem o mais próximo possível da realidade. A primeira seria a aplicação do conceito de *grupo operativo*, advinda da

psicologia, e o segundo seria a *estrutura dialógica do conhecimento*, proposta por Paulo Freire.

7.2.1 Grupo operativo

É um recurso amplamente utilizado na psicologia como estratégia de terapia de grupo. Bleger (1980) sugere a seguinte conceituação:

O grupo operativo, segundo a definição do iniciador do método, Enrique Pichon-Rivière, “é um conjunto de pessoas com um objetivo comum” que procuram abordar trabalhando como equipe. A estrutura de equipe só se consegue na medida em que opera; grande parte do trabalho do grupo operativo consiste, em resumo, no treinamento para trabalhar como equipe. (BLEGER, 1980, p. 55)

Ainda segundo o mesmo autor, o *grupo operativo* possui objetivos, problemas, recursos e conflitos que devem ser estudados e considerados pelo próprio grupo. Na medida em que vão aparecendo, todas as questões serão examinadas em relação à tarefa e em função dos objetivos propostos inicialmente. Através da atividade exercida em conjunto, as pessoas entram em determinadas relações entre si e com as coisas, que vão mais além de uma simples vinculação técnica, constituindo um fator humano mais específico. O grupo proporciona uma sociabilidade estabelecida sobre um fundo de indiferenciação ou de sincretismo, no qual os indivíduos se não vêem como isolados, e sim em uma troca constante com os demais (BLEGER, 1980).

Diferente de um grupo operativo com finalidade terapêutica, onde a figura de um psicólogo/psicanalista/terapeuta coordena o trabalho sem um envolvimento pessoal mais profundo, a equipe voluntária que gerencia as reuniões também entra nesta dinâmica de interações humanas através da proposta do trabalho em comum.

Apesar de ser responsável pelo andamento das atividades, a equipe voluntária não possui uma postura hierárquica de superioridade. Eles estão ali muito mais para adquirir experiências advindas das interações humanas, que tenham reflexos positivos em suas vidas e na sua formação profissional. Já os comunicadores além da experiência de interação humana, acabam absorvendo as

práticas do ofício do jornal, adquirindo habilidades conforme suas aptidões e interesses pessoais. Além de todos os outros ganhos assinalados anteriormente.

A relação de trabalho não possui, embora exerça indiretamente, uma característica terapêutica. Entretanto, os ganhos de tal atividade se revertem para todos os integrantes do grande grupo, dentro das necessidades e competências individuais de cada um.

7.2.2 Estrutura dialógica do conhecimento

O educador brasileiro Paulo Freire possui uma vasta obra a respeito de método de ensino na educação popular, sendo autor da “*Pedagogia do Oprimido*”⁸. No livro *Extensão ou Comunicação*, ao analisar uma situação de transmissão de conhecimento técnico entre agrônomos e uma comunidade de camponeses no interior do Chile, ele propõe uma tática dialógica para o ensino, evitando uma “invasão cultural” ou meramente uma transmissão vertical de conhecimento técnico que não teria uma significância para aqueles camponeses. Desta forma, ele estabelece os seguintes conceitos para denominar como o educador deve proceder em uma situação deste tipo.

Para Freire (1977) toda a comunicação se inicia com um sujeito que pensa e um objeto pensado, a partir do momento em que esse primeiro mediatiza o objeto para um segundo sujeito, e o entendimento entre eles se dá através de signos lingüísticos. Esse ato de comunicar *se comunicando* estabelece uma estrutura de diálogo entre as duas partes, não havendo sujeitos puramente passivos no processo. O encontro entre dois ou mais seres que buscam significados para as coisas, e trocam essa significação entre si, sempre se dará através do diálogo. Esta constatação, segundo Freire, considera equivocada qualquer iniciativa educativa que se caracterize por um puro ato de transmissão ou extensão sistemática de um saber. De acordo com ele, “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é

⁸ Neste livro, Paulo Freire propõe uma explicação da importância e necessidade de uma pedagogia dialógica emancipatória do oprimido, em oposição à pedagogia da classe dominante, que contribua para a sua libertação e sua transformação em sujeito cognoscente e autor da sua própria história através da práxis enquanto unificação entre ação e reflexão (CABRAL, 2005).

transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (FREIRE, 1977, p. 69).

A partir dessa premissa, da estrutura dialógica do saber, na análise da situação entre engenheiros agrônomos e camponeses, Freire propôs uma técnica específica de ação. A partir do entendimento da visão de mundo do educando, o educador pode propor temas que problematizem esse conhecimento, visando estimular o raciocínio, para então transformar a percepção da realidade nos indivíduos. “Assim, o conteúdo do que fazer educativo nasce dos camponeses mesmos, de suas relações com o mundo, e vai-se transformando, ampliando, na medida em que este mundo se lhes vai desvelando” (FREIRE, 1977, p. 88).

Esta forma de proceder viabiliza uma troca de informações entre educador e educando, consistindo em processo importantíssimo para a conscientização do indivíduo de seu poder de mudar o mundo que o cerca. Adquirindo um próprio significado para a informação técnica adquirida, o indivíduo é livre para usá-lo de acordo com suas aspirações, libertando-se.

Se entendermos o projeto Boca de Rua como uma oportunidade de aprendizado não formal, essa estrutura dialógica de Freire é perfeitamente aplicável. Toda a dinâmica das atividades de produção do jornal, bem como os momentos em que não se produzem matérias, são permeados por duas práticas indissociáveis: conversa (diálogo) e acordo mútuo, baseadas sempre no respeito recíproco.

Porém, diferente de outra situação de ensino formal, o principal conhecimento a ser compartilhado entre o grupo não é apenas a técnica de se fazer notícias, e sim o conteúdo humano imanado de ambos os subgrupos durante o processo de produção do jornal. A verticalidade “educador-educando” é quebrada, dando lugar a uma horizontalidade equilibrada, onde tanto equipe voluntária quanto comunicadores são ao mesmo tempo educadores e educandos.

Embora a equipe voluntária tenha um papel de instigar os comunicadores a pensarem sobre os assuntos das pautas, eles o fazem de acordo com a visão de mundo dos moradores de rua, facilitando o entendimento do grupo, e criando condições para que novos conhecimentos sejam adquiridos. E isso realmente funciona, pois a incorporação de técnicas e etapas do processo de produção pelos

comunicadores é visível, dando cada vez mais autenticidade e autonomia ao trabalho deles.

Poderíamos arriscar definir que as tarefas desenvolvidas pela equipe voluntária e os comunicadores em conjunto se dá por uma *atividade permutativa*, onde cada um, de acordo com sua função e posição no grande grupo “dá” e “recebe” alguma coisa em troca durante o desenvolvimento do objetivo em comum, que é a produção do jornal Boca de Rua.

7.3 AS REGRAS

Como todo o grupo de convívio, o Boca de Rua possui regras próprias que devem ser cumpridas por todos. Existe também uma punição equivalente à falta, que varia de acordo com a gravidade do ato. Pode ser a perda definitiva ou diminuição da cota de jornais da semana, suspensão por um tempo estabelecido, ou, em casos extremos, expulsão do grupo. Embora se reconheça que algumas regras podem ser muito duras (se nos fixarmos apenas às condições materiais do morador de rua) é preciso esclarecer que todas as regras foram escolhidas e votadas em conjunto de equipe voluntária e comunicadores. Ou seja, são os próprios comunicadores que estabelecem as regras. De acordo com Alles (2010, p. 32-33) as regras do projeto em 2009 eram:

- a) Não roubar pertences dos companheiros do grupo ou algo do local de reuniões;
- b) Não desprezitar qualquer comunicador ou voluntário*;
- c) Não chegar sob o efeito de drogas ou álcool na reunião;
- d) Não agredir fisicamente os companheiros;
- e) Não utilizar qualquer entorpecente durante a reunião;
- f) Não comer durante a reunião;
- g) Não dormir durante a reunião;
- h) Não vender o jornal sob efeito de drogas;
- i) Não repassar o jornal para pessoas que não fazem parte do grupo;
- j) Não vender o jornal sem todas as partes que o compõe;
- l) Não vender o jornal sem estar portando o crachá que identifica o projeto
- m) Não pedir dinheiro utilizando o jornal ou o crachá.

Em 2011 essas regras permanecem aparentemente as mesmas. A maioria delas busca estimular o bom senso entre os participantes, criando uma situação

favorável ao andamento das atividades do projeto. Quando surgem problemas que ferem alguma regra causando as punições, dependendo do caso, pode ser aberto um momento para discutir o ocorrido. Neste ano, a punição para a regra de “não roubar pertences dos companheiros do grupo ou do local de reuniões” teve que ser colocada em prática e todos os comunicadores ficaram sem jornal por uma semana, devido ao sumiço de um objeto da sede do GAPA, onde são realizadas as reuniões. Não foi apontado e nem encontrado o culpado, entretanto, o grupo se viu obrigado a colocar a regra em discussão.

Após o debate, – apesar da insatisfação de comunicadores que ficaram injustamente sem jornal – se concluiu que a regra permaneceria a mesma, pois o objetivo dela não era causar uma punição severa, mas sim estimular o grupo a se esforçar para nunca mais vê-la cumprida à risca. O acontecimento infeliz acabou se convertendo em momento de aprendizagem coletiva.

7.4 AS REUNIÕES

As reuniões para a realização de uma edição do jornal ocorrem durante aproximadamente três meses, sendo lançado um novo jornal por trimestre, contabilizando quatro edições ao ano. Deste modo, para que seja possível o lançamento do produto final, os encontros se caracterizam de acordo com a etapa em que se encontra a produção do periódico. São três os principais estágios em que decorrem progressivamente as reuniões: Reunião de Pauta, Produção de Matérias e Entrega dos Jornais.

FIGURA 2: Foto da reunião do Boca de Rua: Espaço cedido pelo GAPA-RS



Fonte: Arquivo pessoal da autora

7.4.1 A sala de reuniões

Desde 2009 as reuniões do Boca de Rua acontecem em um espaço cedido pelo GAPA RS – Grupo de Apoio ao Portador da AIDS do Rio Grande do Sul –, em sua sede, no bairro Cidade Baixa, em Porto Alegre. Os encontros acontecem semanalmente, às segundas-feiras, entre as 14h30min e as 15h30min, salvo em ocasiões onde exista a necessidade de remarcação devido à fatores externos, ou da disponibilidade da equipe dos voluntários do projeto. A sala destinada ao grupo encontra-se nos fundos do prédio, e possui estrutura para acomodar todos os integrantes de maneira confortável e funcional. O espaço é amplamente valorizado pelo grupo, devido a um histórico de luta para consegui-lo, e todos contribuem para a sua manutenção, não danificando objetos e ajudando para a manutenção da limpeza e da organização do local. A sala ainda dispõe aos participantes do jornal um ambiente onde podem transitar livremente. Embora dividam o espaço com outras pessoas, eles podem usufruir de algumas facilidades, às vezes escassas na vida nas ruas, como água para beber em abundância, banheiro, ou um lugar para aguardar tranquilamente antes do inicio da reunião. Por ser um espaço protegido, a

sala do Boca de Rua permite com que se realizem os encontros sem a interferência do ambiente externo da rua (frio, calor, barulho,...), diminuindo uma possível dispersão do grupo, ajudando assim na qualidade do trabalho desenvolvido.

7.4.2 O início da reunião

Normalmente, as reuniões começam quando existe um contingente considerável de pessoas. Todos se reúnem sentados em um círculo, onde não há necessariamente uma hierarquia ou local marcado, pois a agrupação é espontânea, independente da função que a pessoa exerça no grupo. Nesta formação, é possível com que todos consigam ver quem está falando, e possam ser vistos quando for sua vez de falar. Os integrantes da equipe voluntária são responsáveis por conduzir a reunião, que, por hábito, possui um pré-roteiro do que precisa ser discutido naquele dia. Apesar de terem esta responsabilidade, é comum que os comunicadores também estejam atentos ao que precisa ser feito naquele encontro, não raro, sugerindo ou cobrando da equipe voluntária outros pontos a não serem esquecidos.

Inicia-se a reunião, dependendo do dia, com avisos importantes, revisão das atividades já feitas e que estão em curso, questões referentes ao jornal, entre outros assuntos que envolvem o projeto. Em concomitância, é aberta a palavra para quem quiser se expressar dentro do grupo referente ao tema em discussão, ou que necessita expor alguma outra questão de seu conhecimento. Ocorre a tentativa de se estabelecer uma ordem de “quem fala primeiro”, com o objetivo de proporcionar com que todos os interessados possam se expressar. Este controle pode ser exercido tanto por algum membro da equipe voluntária, como pelos próprios comunicadores, anotando ou memorizando quem levantou a mão primeiro pedindo a palavra. Dentro deste sistema, todos podem se expressar livremente, embora estejam sujeitos à opinião coletiva. O objetivo é sempre chegar a um consenso do grupo, ou seja, todos os impasses referentes ao andamento do trabalho são discutidos e decididos pelo grupo inteiro, ao invés de serem delegados a uma pessoa em posição superior com poder de veto.

7.4.3 A reunião de pauta

A Reunião de Pauta é a primeira parte do processo de produção do jornal Boca de Rua. Com a reunião já iniciada, e a organização da ordem de quem tem a palavra, equipe voluntária e comunicadores começam a sugerir temas para as matérias da próxima edição. Neste momento, dependendo do dia, pode-se ter algum debate mais ou menos acalorado, devido a conflitos de opiniões sobre determinado assunto. Apesar disso, algumas pessoas tentam manter a ordem, instigando aos demais que respeitem quem fala para que possam ser ouvidos na sua vez, mantendo assim um nível equilibrado de diálogo.

Devido ao fato de que o jornal possui como principal característica de sua linha editorial *relatar a realidade da vida dos moradores de rua da cidade de Porto Alegre*, os critérios de noticiabilidade do periódico acabam sendo muito específicos. O principal critério talvez seja a *proximidade* com que os fatos e assuntos estejam relacionados ao dia a dia do comunicador integrante do Boca de Rua. Outros critérios podem ser encarados como “secundários”, variando de acordo com a agenda da sociedade, especialmente se ligados à acontecimentos ou características de certas épocas do ano, e de outros assuntos de interesse geral, como meio ambiente, saúde, direitos humanos, lazer, educação, etc. Também é possível que alguém da equipe voluntária ou algum comunicador traga à reunião algumas informações preliminares sobre a pauta que deseja defender. Entretanto, o enfoque será sempre a partir da visão do morador de rua, pois este é o norte que direciona todo o trabalho. Pode-se dizer, de forma geral, que o jornal comunica a visão dos moradores de rua a respeito de questões que envolvem toda a sociedade, tanto os problemas, quanto o que for inerente às inter-relações humanas em suas mais variadas formas.

Após a exposição das pautas em potencial, o grupo elege aquelas que poderão virar matérias através de votação. O método utilizado normalmente é aquele em que as pessoas levantam a mão, vencendo sempre a maioria. Com as pautas decididas, ocorre a segunda etapa da reunião, que é a divisão dos grupos de acordo com os assuntos. Esta divisão se dá de forma espontânea de acordo com a afinidade do indivíduo. Os comunicadores se encaixam no grupo que abordará o assunto de seu maior interesse entre os demais, cuidando sempre para que haja um

equilíbrio numérico. Já a equipe voluntária é distribuída de forma com que fique ao menos uma pessoa em cada grupo, também de acordo, quando possível, com seus interesses pelo assunto.

Montados os grupos e reunidos em pequenos círculos dispostos por alguns pontos do espaço do projeto – tanto ao ar livre quanto na sala de reuniões – inicia-se um segundo processo de discussão aberta, em que as pessoas fazem sugestões sobre como realizar a pauta, acrescentando informações, expondo pontos de vista, para então criar coletivamente um “plano de ação” para a realização da matéria. É analisado o que “se tem” sobre a pauta e o que se pode fazer a partir disso que são decididos quais os caminhos a serem percorridos, e qual é a mensagem principal que se deseja comunicar.

Dentro dos grupos, é de responsabilidade da equipe voluntária anotar as propostas e em seguida jogá-las de volta aos demais, com o objetivo de promover uma escolha coletiva – em que todos estão de acordo – para então levar o trabalho adiante. O que precisa ser ajustado neste momento é o que os comunicadores *desejam* fazer para a matéria com o que a equipe voluntária *sugere* mais adequado, de acordo com a técnica jornalística e os valores éticos desta profissão. A reunião de pauta acaba com a definição de um plano de ação dentro de cada grupo encarregado das matérias. É estipulado o que precisa ser feito para o encontro da próxima semana: ora os voluntários ficam encarregados de trazerem mais informações de fora, ora comunicadores assumem essa tarefa, ou ainda é decidido quem ficará encarregado de que nas próximas etapas (entrevistas, fotos, etc.).

7.5 A PRODUÇÃO DAS MATÉRIAS

A execução das matérias é a etapa mais demorada do processo de produção do jornal, pois toma a maior parte dos encontros durante os três meses em que uma nova edição é elaborada. São momentos cruciais para a concretização do trabalho, pois são as matérias que dão vida ao jornal Boca de Rua.

Retomando as tarefas delegadas na reunião de pauta, os grupos se reúnem novamente – após o que seria a “abertura” da reunião, descrita anteriormente – e dão continuidade ao trabalho. Nesta etapa, a equipe voluntária e os comunicadores

possuem papéis diferentes, embora interajam de igual para igual, pois não existe uma hierarquia imposta, e sim um sistema de interações baseado na troca de informações e acordos mútuos.

A equipe voluntária desempenha o papel de registrar e organizar o fluxo de informações repassada pelos comunicadores a respeito da pauta em questão. Após exporem aos grupos alguns dados, quando necessário, eles instigam os comunicadores a pensarem sobre o assunto da matéria. Inicia-se, então, um momento em que todos relatam suas impressões. A equipe voluntária fica responsável por registrar no papel tudo o que for dito pelo grupo, e que se configure como informação que possa estar contida na matéria final. Por dominarem a linguagem formal escrita e a técnica jornalística, a equipe voluntária se coloca numa posição de “tradutora” da linguagem oral dos comunicadores. Seu trabalho se dá por organizar uma única linha de raciocínio para o texto a partir dos relatos registrados.

Já os comunicadores, quanto mais diretamente ligados à pauta, relatam o que desejam expressar sobre o assunto de acordo com experiências vividas, reais. Mesmo que a narrativa, neste momento, esbarre um pouco no âmbito opinativo, ela advém de circunstâncias empíricas. Existe nos comunicadores um desejo de contar a “para o mundo” aquilo que aconteceu com eles ou outrem, a fim de denunciar ou esclarecer à sociedade. Assim, algumas vezes, eles narram ao grupo histórias que vivenciaram, ou que ouviram de alguém em seu meio de convivência, que possuem afinidade com o tema da pauta.

Adquiridas e transcritas as informações, a equipe voluntária retoma o que já foi dito, para que todo o grupo escolha o que vai ser usado para a matéria, prosseguindo o trabalho. Durante todo o processo de produção do jornal, são muitos os momentos em que isso acontece, pois sempre há a retomada do que já foi feito para que haja um acordo coletivo para o que vier em seguida. Também é possível, através deste mecanismo de interação, com que qualquer pessoa possa opinar sobre o trabalho, propondo novos caminhos ou soluções. É praticamente um processo de constante *análise crítica* do próprio trabalho, buscando sempre o aprimoramento.

7.5.1 Entrevistas

A principal fonte de informações das matérias são os próprios comunicadores. Ao contrário de um jornalista típico, que busca informações que não fazem necessariamente parte de sua realidade enquanto indivíduo, os comunicadores do Boca de Rua recolhem informações de sua própria realidade. Entretanto, por definição da equipe voluntária acatada pelos comunicadores, o jornal é obrigado a expor mais de uma face dos assuntos da matéria. Quando a pauta envolve instituições ou pessoas fora do grupo do Boca de Rua, o jornal é obrigado a conversar com essas pessoas antes de publicar qualquer coisa.

Sendo assim, quando necessário, os grupos das matérias elaboram entrevistas para serem feitas com pessoas que representam o outro lado, ou possuam outras informações sobre o assunto da matéria. As perguntas são preparadas pelo grupo e é decidido quem irá realizar a entrevista. A equipe voluntária faz contato com a fonte, por telefone ou e-mail, e agenda uma data para a realização da entrevista. Na ocasião marcada, o integrante da equipe voluntária acompanha o comunicador do mesmo grupo de pauta para a realização da entrevista. É o comunicador quem faz as perguntas, munido algumas vezes de um gravador de voz cedido pelo projeto, ou papel e caneta para fazer anotações. Depois disso, as informações coletadas na entrevista são selecionadas e adicionadas à matéria em curso.

7.5.2 Fotos

Enquanto a matéria é elaborada, cada grupo também discute quais poderão ser as melhores fotos para acompanhá-la no jornal. Assim que são definidas as tarefas para a execução da pauta, espontaneamente, os comunicadores interessados em fotografar se apresentam ao membro da equipe voluntária responsável pela fotografia. Eles combinam então qual será o momento mais propício para tirar as fotos (algumas vezes no final da reunião, se for um local perto, ou em outro dia e horário) e, se possível, quais elementos e enquadramentos podem ser explorados. As imagens são normalmente produzidas por câmeras digitais portáteis, cedidas pelo projeto.

É pertinente fazer uma rápida observação a respeito da imagem no jornal. No começo do Boca de Rua, as fotos eram em preto e branco, e em algumas vezes as identidades das pessoas fotografadas eram ocultadas. Conforme o jornal foi ganhando mais visibilidade, as fotos passaram a ser coloridas e os comunicadores foram se sentindo mais a vontade para eventualmente aparecerem nas fotos. Apesar de não terem, em sua maioria, um conhecimento técnico sobre fotografia, os comunicadores do Boca possuem uma vivência direta do tema e uma sensibilidade própria na maneira de olhar, o que produz resultados muito interessantes. Pode-se dizer que progressivamente eles foram saindo de uma situação de “invisibilidade”, para a conquista de uma “visibilidade” que pode ser refletida tanto nas fotos quanto nos textos do jornal.

Os comunicadores tiram as fotos sempre sob a orientação de um membro da equipe voluntária. Após recolherem o material, o grupo escolhe junto quais imagens serão publicadas. O integrante da equipe voluntária responsável pela fotografia leva um notebook para que todas as fotos da edição possam ser visualizadas por todos. Cada grupo aguarda sua vez para escolher as fotos, só então elas são encaminhadas para as pessoas responsáveis pela da final.

7.5.3 Chegando ao texto

Quando a produção da matéria já está em um ponto onde as principais informações já foram recolhidas e agrupadas, é o momento em que cada grupo faz uma espécie de “pré-edição” do seu conteúdo. O integrante da equipe voluntária lê em voz alta para o seu grupo o esboço da matéria, que foi previamente escrito por ele, preservando sempre a linguagem e o ponto de vista do comunicador. Existe um cuidado muito grande por parte da equipe voluntária por manipular as informações sem expor suas opiniões íntimas, mesmo de maneira subliminar. O integrante da equipe voluntária, assim como os comunicadores, pode expor suas opiniões sobre o trabalho, entretanto será utilizado somente o que for definido pelo conjunto, pois vale a opinião da maioria.

O texto é lido em voz alta e reescrito quantas vezes for necessário, ou viável, de acordo com o andamento do processo de produção. Ele vai tomando forma,

passando da linguagem oral para a escrita, recebendo ou dispensando outras informações que fogem ao foco. Quando se chega a um texto que atende todas as aspirações dos grupos, ele é dado como pronto, e entregue ao membro da equipe voluntária para que seja encaminhado à edição final.

7.6 A EDIÇÃO

Assim que os textos são concluídos pelos grupos, estes se reúnem para sugerir alguns títulos e chamadas, assim como as fotos e posição das matérias no jornal – em destaque a reportagem de capa. As sugestões são anotadas pela equipe voluntária e encaminhadas para a edição junto como todo o material produzido pelo grupo ao longo dos três meses. Este é o momento em que o grupo “se despede” da produção das matérias, e só vai ter contato com o jornal novamente quando ele estiver impresso.

Desde o início do Boca de Rua, a edição é realizada por duas jornalistas vinculadas à Alice. A elas cabe montar o jornal de acordo com o que foi convencionado nas reuniões do grupo. Entretanto, é a única etapa em que é possível a adoção de alguma decisão arbitrária em relação ao trabalho. Aqui, a edição do jornal se assemelha muito a edição formal de qualquer publicação da grande imprensa, pois as jornalistas possuem total controle do procedimento, e são autorizadas a realizar quaisquer cortes, alterações, ou inserções e revisões. Tenta-se sempre respeitar o que foi convencionado pelo grupo anteriormente, porém, a decisão das editoras é irrevogável. Poderíamos dizer que este é o único momento de toda a produção do jornal Boca de Rua em que um profissional do jornalismo atua de acordo com a prática formal do mercado.

O projeto gráfico do jornal mudou bastante ao longo destes onze anos. De uma publicação em preto e branco, passou para um jornal colorido e convidativo ao leitor. A linguagem do jornal também foi se aprimorando e tomando forma ao longo do tempo. No início, era muito mais flagrante a presença de gírias e expressões do linguajar da população de rua. Hoje, nota-se que essa forma de expressão foi lapidada, sendo possível notar que os comunicadores se apropriaram de algumas nuances da linguagem formal escrita. Porém, permanece uma linguagem simples e

direta, que convida o leitor a entender um pouco mais sobre a realidade de quem mora nas ruas.

Na edição do jornal, assim como em todo o seu processo de produção, preserva-se a técnica e a ética da informação. Valores como precisão, apuração, e respeito pela informação são sempre considerados em primeiro lugar, orientando toda a produção e finalização do jornal.

O processo de edição do jornal Boca de Rua depende da disponibilidade das pessoas responsáveis, podendo ter seu tempo ajustado de acordo com as circunstâncias. Após a edição, o jornal é encaminhado para a gráfica, onde é impressa a tiragem de 8.000 exemplares por edição.

7.7 A ENTREGA DOS JORNAIS

Quando uma nova edição sai da gráfica, acontece a reunião de entrega dos jornais. O grupo todo se reúne em círculo na sala de reuniões, como no início de qualquer outro encontro. Após os avisos iniciais, comentários pertinentes e a chegada dos malotes com os jornais, as pessoas abrem a nova edição para lerem, folhearem e verem o próprio trabalho “materializado”. É um momento de satisfação coletiva, pois se colhe os frutos do esforço empreendido. Todos são convidados a darem opiniões e dizerem o que acharam da nova edição, e principalmente se gostaram do que foi feito.

Dependendo do dia, a reunião de entrega dos jornais pode terminar mais cedo ou mais tarde, de acordo com os interesses do grupo. Quando não há etapas de produção de matérias, o que seria um “tempo livre” pode ser aproveitado para que o grupo fique apenas conversando entre si, discutindo questões referentes ao projeto, estabelecendo ou revisando regras, entre outros assuntos.

FIGURA 3: Entrega dos jornais: Integrante folheando o Boca de Rua



Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 4: Entrega dos jornais: Comunicador exibindo a nova edição



Fonte: Arquivo pessoal da autora

7.8 A VENDA

Ao final de cada reunião semanal, independente de seu estágio no processo de produção das matérias, cada comunicador recebe uma cota pessoal de jornais, que varia de 35 a 40 exemplares. Cada um é responsável por vender sua própria parcela, ficando com todo o lucro da venda. A orientação é para que cada exemplar seja vendido pelo valor de R\$ 1,00, contabilizando uma média de ganho de R\$ 35,00 a R\$ 40,00 por semana.

Cada comunicador do Boca de Rua possui uma estratégia pessoal de venda. O mais comum é alguns se posicionarem nas sinaleiras e cruzamentos de Porto Alegre em horários de maior trânsito de carros, e oferecerem o jornal aos motoristas e pedestres. Existem alguns que abordam pessoas em locais públicos, como praças ou paradas de ônibus, falando sobre o jornal antes de oferecê-lo ao comprador. Outros ainda entregam o jornal na casa de clientes cativos, como se fizessem uma “entrega em domicílio”.

A forma de vender o jornal varia de acordo com o comunicador e sua capacidade de se relacionar com as pessoas na sociedade. Pode-se dizer que a venda se caracteriza por um estágio posterior de comunicação direta entre comunicador-leitor. A comunicação indireta anterior se dá através do jornal, onde está sintetizada a opinião do morador de rua sobre a realidade em que vive. A comunicação direta proporcionada pela venda muitas vezes constitui uma conquista imensurável na vida dos comunicadores do Boca de Rua.

O método das vendas não foi desde o início uma questão relevante para que a ONG Alice desenvolvesse o projeto. Muito mais pelo fato de que “jornalistas não vendem o jornal, apenas o fazem”, e de certa falta de conhecimento aprofundado a respeito do assunto. Ao longo do tempo, foram surgindo problemas na venda, como o fato de alguns comunicadores oferecerem o jornal sob o efeito de entorpecentes, ou serem agressivos na forma de abordar as pessoas. Também existe problema quanto à vulnerabilidade dos comunicadores em seu próprio meio de vivência (a rua), sendo freqüentes os relatos de roubos de jornais por outros moradores de rua que não participam do projeto, apreensões e danificação de materiais por parte da polícia, ou até troca de jornais por outros “artigos” dentro do ambiente da rua.

A questão da venda do jornal ainda é um ponto em aberto na estrutura do projeto, entretanto se busca por soluções através de diálogo e acordos entre equipe voluntária e comunicadores. As conversas visam alcançar o bom senso, procurando assinalar a importância de se manter uma imagem positiva ao entrar em contato com um possível leitor. Os comunicadores possuem um crachá de identificação do projeto para ser usado durante as vendas, e são orientados, quando vem ao caso, de como abordarem as pessoas. É freqüente que eles percam ou danifiquem os crachás, que são substituídos prontamente pela equipe voluntária.

FIGURA 5: A venda: Cena do documentário: Comunicador vendendo o jornal em semáforo de Porto Alegre



Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 6: A venda: Cena do Documentário: comunicador aborda motorista apresentando o jornal Boca de Rua



Fonte: Arquivo pessoal da autora

7.9 DE BATE BOCA

O De Bate boca é um momento em que o grupo pára todas as suas atividades para ficar apenas conversando sobre assuntos pertinentes. Ele surgiu da necessidade de se discutir a respeito das vendas do jornal, e o nome foi ideia dos próprios comunicadores. Antigamente ele era realizado de uma maneira mais formal, com data marcada e pauta pré-estabelecida. Entretanto, com o tempo, ele foi sendo realizado de maneira esporádica e espontânea de acordo com a necessidade da ocasião.

No De Bate boca, também se segue o mesmo modo de distribuição da palavra para todos do grupo usado nas reuniões. As pessoas falam em ordem, levantando a mão para anotar o nome. Todos são responsáveis por controlar o ambiente, promovendo condições para um diálogo aberto que resulte em um acordo coletivo.

Acontecimentos infelizes podem ser motivo para que se “convoque” um De Bate boca. Através dele é possível retomar e discutir valores de conduta que se espera de todos os participantes. É um espaço de reflexão ética, que contribui sensivelmente para manter a confiança uns nos outros dentro do grupo. O debate é um instrumento de fortalecimento das relações, enquanto as pessoas se preocuparem em contribuir e aprender uns com os outros, ao invés de julgar ou ditar regras. Inclusive, muitas das regras internas do Boca de Rua são estabelecidas ou reeditadas através do De Bate boca.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como procuramos contextualizar nos capítulos de revisão teórica do jornalismo, o novo século se inicia com um paradoxo entre saber tecnológico e saber “humano” no que implica a produção de conteúdo pela imprensa. Se ao mesmo tempo temos máquinas e recursos capazes de transmitir informações com espantosa rapidez, para o maior número de pessoas possível em qualquer lugar do planeta – e ainda com a possibilidade de interação – nós, profissionais da comunicação, ainda estamos muito aquém de suprir todas as necessidades de informação e expressão de todos os segmentos sociais que merecem devida atenção.

Contudo, se a tecnologia revolucionou os modos de produção jornalística, deformando-os em variadas direções (boas ou ruins), ela também permitiu maior pluralidade de expressão a partir de sua popularização e apropriação por parte do cidadão. Apesar de a mídia escancarar diariamente mazelas e feridas da sociedade, apontando culpados e instaurando uma sádica “caças às bruxas” da atualidade, hoje, mais do que em qualquer outro período da história, nós temos as ferramentas necessárias e motivos concretos e pertinentes para o estímulo de uma conscientização coletiva de cidadania, a partir da possibilidade de expressão de cada indivíduo, dentro de suas capacidades e aspirações. O objetivo disso, embora se reconheça muitas vezes a incompreensão dessa polifonia, é instaurar um debate, um *diálogo* social, que nos levaria, sem desvios, diretamente para o futuro.

No caso estudado, embora seja um jornal feito quase que artesanalmente, dispondo de recursos tecnológicos limitados em sua produção, é indubitável que um dos principais motivos que levaram as duas jornalistas a apostarem na idéia do Boca de Rua, foi a insatisfação pessoal e profissional com os rumos do jornalismo no mercado de trabalho. A partir do início dos anos 2000 a instauração de sistemas de informação eletrônica, e principalmente a popularização da internet, ao mesmo tempo em que ampliaram as fronteiras da informação jornalística, desviaram o *foco* do cidadão, logo, podemos nos permitir a seguinte analogia de que “o buraco na camada de ozônio acabou engolindo o buraco da rua”, ou seja, o global impera sobre o local.

Apesar disso, ainda devemos ter fé na imprensa, se ao mesmo tempo assumirmos sua importância e suas limitações. Devemos sempre impor-nos um espírito crítico, duvidando de tudo que nos apresenta pronto. Não devemos tomá-la como verdade absoluta, tendo em vista que ela nos proporciona apenas momentos de *representação* da realidade. Entretanto, devemos nos ater a essência dos *fatos*, que constituem uma verdadeira ponte com o real. Assim, o *empirismo* da prática, absorvido pelos sentidos, toma uma dimensão muito mais profunda quando aliado ao exercício da *razão* do indivíduo.

Um *experimento* como o jornal Boca de Rua coloca em cheque muitos “saberes” acadêmicos ou sociais, considerados absolutos. Tanto que é praticamente impossível aprisioná-lo em uma determinação de termos ou classificações. Em alguns momentos ele se aproxima muito de alguns conceitos, como tentamos apontar neste trabalho. Porém, é preferível acreditar que talvez essa demarcação não tenha assim tanta importância. É preferível nos atermos aos fatos inegáveis, como por exemplo: é um jornal feito por moradores de rua, proporciona valiosas interações humanas, é um campo de estudos, abre a percepção da realidade, possui uma autenticidade e legitimidade únicas, e assim em diante. É mais aceitável assumir que o projeto siga sempre em frente, não se acomodando a estagnação e ao comodismo, muito em voga na sociedade atual.

Os desafios da existência nos impõem problemas que precisam ser solucionados. Se assumíssemos uma postura de que não existem “situações ideais”, reconheceríamos a responsabilidade de trabalharmos *hoje* em prol da solução de questões da sociedade que envolvem a todos nós, ao invés de delegarmos essa função aos “outros”. Os desafios também possuem sua importância, pois nos colocam em função de desenvolvermos nossa inteligência, e é ainda melhor quando ela possa ser utilizada para o bem comum.

A interação humana é o contexto universal em que se dão todos os conceitos referidos neste trabalho. Viver implica conviver, interagir, se expressar, ouvir, opinar, inserir-se na multiplicidade do mundo no momento do encontro com o outro. E isso só é possível através de um acordo de *respeito* mútuo, exercitado por todos.

O morador de rua, ao contrário do que muitos pressupõem, possui sim um conhecimento, provavelmente muito mais empírico do que acadêmico. Esta

característica, entretanto, lhes dá uma autenticidade única, validando qualquer saber expressado por eles. Ou seja, ninguém lhes forçou ou obrigou a pensarem desta ou daquela forma, reflexo da sua não adaptação às “regras” da sociedade. O conhecimento deles surge de dentro. Eles pensam, sentem, sofrem, vivem, como todos nós. “Pensam, logo existem”, retomando a máxima de René Descartes, por mais que a sociedade não queira vê-los como são, eles existem. E é um privilégio ter contato com esse conhecimento, originado de sua perspectiva única.

O maior choque para algumas pessoas que por ventura venham a ter contato direto com o projeto Boca de Rua talvez seja serem obrigadas a admitir que, por mais que tenham empenhado anos de estudo em instituições de ensino formal – ou terem verdadeiro apego ideológico de um saber julgado absoluto–, podem não estar prontas para entender a profundidade do trabalho realizado no jornal. Ali dentro, o mais importante não é o quanto o indivíduo sabe, ou acha correto. Ninguém impõe idéias ou força os demais a seguirem uma linha de pensamento. Tanto a equipe voluntária quanto os comunicadores se desvencilham de uma postura individualista em prol da troca, do aprendizado coletivo.

É possível durante o desenvolvimento do trabalho de produção do jornal uma interação de *igualdade*, ao mesmo tempo em que são *respeitadas* as características materiais e intelectuais de cada um, onde ninguém é nivelado por baixo, pois todos possuem igual importância. Quando se assume não sermos portadores de verdades absolutas e imutáveis, todos se elevam, na construção do novo. E isso vai contra qualquer corrente egoística e materialista que comanda as noções de consumo e desenvolvimento da atualidade.

Aprendemos, a partir do exemplo do Boca de Rua, que não se pode avançar, “curar” mazelas e feridas da sociedade sem que tenhamos humildade para ir de encontro ao ser humano “enterrado” pelas aparências. E o ponto delicado deste sentimento que surge é o amor, não o amor no sentido vulgar do termo, mas aquele sol interior que condensa e reúne todas as aspirações e todas as revelações sobre-humanas, a fraternidade. E encontrar este ser humano só é possível quando mais de uma pessoa compartilha um objetivo em comum.

REFERÊNCIAS

ABBAGINO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. Trad. Alfredo Bosi e Ivone Castlho Benedetti. 4. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ALLES, Natália Ledur. **A voz dos integrantes do jornal Boca de Rua: uma prática de comunicação comunitária**. 2007. 102 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://serv01.informacao.andi.org.br/a4bfe05_1149d8695df_-7fc0.pdf>. Acesso em: out. 2011.

_____. **Boca de Rua: Representações sociais sobre população de rua em um jornal comunitário**. 2010. 229 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/23018>>. Acesso em: out. 2011.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Trad. José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009. 138 p.

AUBENAS, Florence; BENASAYAG, Miguel. **A fabricação da informação: os jornalistas e a ideologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003. 101 p.

BLEGER, Jose. **Temas de psicologia: Entrevista e grupos**. Trad. Rita Maria Manso de Moraes. Rev. Luíz Lorenzo Rivera. São Paulo: Martins Fontes, 1980. 113 p.

CABRAL, Arlinda. **Pedagogia do Oprimido**. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-72502005000100014&lang=pt>. Acesso em: 29 out. 2011.

CALDAS, Graça. Mídia e memória: a construção coletiva da história e o papel do jornalista como historiador do cotidiano. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**, Ano 3, nº 5, p. 55-63, jun./2005.

DUARTE, Rosina; POZZOBON, Cristina; ROSSAL, Maria Margareth Lins. **Boca no Mundo: Como trabalha o Boca de Rua**. Porto Alegre: Don Quixote, 2010.

FERREIRA, Aurélio B. de Holanda. **Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. 9. ed. Trad. Rosisca Darcy de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977. 93 p.

GLOCK, Clarinha; DUARTE, Rosina. **As vozes dos invisíveis**: nove anos de Boca na Rua. Relatório Azul. 2008. Disponível em <http://www.dhnet.org.br/dados/relatorios/r_relatorio_azul/r_azul_2008.pdf>. Acesso em: 20 out. 2011.

GOLDBERG, Ruth. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. 2001. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/MnVoluntariado.pdf>. Acesso em: 26 out. 2011.

GRANDE Enciclopédia Larousse Cultural. Vol. 13. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000. 171 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009. 278 p.

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à história da filosofia**: dos pré-socráticos à Wittgenstein. 11ª edição revista e ampliada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

MONTIPÓ, Criselli; ROSEDO, Suzana. **Boquinha de rua**: voz a quem não tem mídia. 2011. Disponível em: <<http://dl.dropbox.com/u/2377287/06%20-%20Criselli%20Montip%C3%B3e%20Suzana%20Rozendo.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2011.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado**: o jornalismo como profissão. 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2011.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão**: informa ou deforma? Brasília: UNESCO, 2009. 258 p.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística**: uma comunidade transnacional. Lisboa: Notícias, 2004. 206 p.

VIEIRA, Maria Antonieta da Costa; BEZERRA, Eneida Maira Ramos; ROSA, Cleisa Moreno Maffei (orgs.). **População de rua**: quem é, como vive, e como é vista. São Paulo: Hucitec, 1994. 181 p.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação:** da teoria ao trabalho de campo. Trad. Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Papirus, 1998. 216 p.

ZIMERMAN, David E.; OSORIO, Luiz Carlos. **Como trabalhamos com grupos.** Porto Alegre: Artes Medicas, 1997. 424 p.

ANEXO A: Fotos**FIGURA 7:** Cenas do Documentário Boca de Rua

Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 8: Reunião de Pauta

Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 9: Venda dos jornais junto aos semáforos de Porto Alegre



Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 10: Reunião



Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 11: Entrega dos jornais: Comunicador aprecia a nova edição



Fonte: Arquivo pessoal da autora

FIGURA 12: Dia da exibição do documentário, em julho de 2011. Grupo de alunos da disciplina de Projeto Experimental em TV e o grupo do projeto Boca de Rua



Fonte: Arquivo pessoal da autora