

1.7. População de rua e visibilidade: sentidos em conflito.²³

Nadja Maria Souza Araújo

Doutoranda do Programa de Pós-graduação
em Informação e Comunicação em Saúde da Fiocruz
nadja.piauitinga@gmail.com

Inesita Soares de Araujo

Fundação Oswaldo Cruz - Instituto de
Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde
inesita.araujo@icict.fiocruz.br

Resumo. Este paper inscreve-se numa pesquisa de doutorado que enfoca as pessoas em situação de rua em sua relação com as políticas de saúde e suas mediações comunicativas, considerados seus direitos a cidadania e necessidades. Seu objetivo específico é analisar discursivamente uma matéria da Revista Vogue sobre um projeto social que tem como objetivo explícito dar visibilidade a pessoas em situação de rua e mostrar que “todos somos iguais”. A análise apoia-se nas referências da pesquisa supracitada, que dá relevo aos conceitos de território (Milton Santos), lógicas abissais (Boaventura Santos), estigma (Irving Goffman) e corpo social (Pierre Bourdieu). Este último, no qual o corpo que é apreendido pela sociedade nem sempre é condizente com o vivido pessoalmente. O corpus de análise são fotografias utilizadas na matéria da Vogue e a principal conclusão é que a abordagem apaga a identidade das pessoas em situação de rua transformando-as em meros objetos de consumo.

Palavras-chave: população em situação de rua; visibilidade; corpo social.

1.7.1 Abeiramentos

Há dez anos o Brasil vinha desenvolvendo políticas públicas no intuito de acabar ou, ao menos, diminuir a miséria e a fome. Dentre estas políticas está a Política Nacional para População em Situação de Rua, organizada a partir de uma união entre vários Ministérios –

²³ Este artigo foi apresentado e publicado nos Anais do Grupo Temático 5 Comunicação e Saúde do XIV Congresso da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIIC), San José-Costa Rica, 2018.

todos do campo da seguridade social. As ações tímidas tomadas neste sentido vêm sofrendo um processo de descontinuidade desde que se instaurou a crise política no Brasil com a instalação, em 2016, de um governo decorrente de um processo de impeachment, considerado ilegal por muitos, que interrompeu a gestão de uma presidente eleita democraticamente.

Aquela política, no seu pouco tempo de aplicação, não alterou muito a vida das pessoas em situação de iniquidade e não foi suficiente para tirá-los da invisibilidade institucional e midiática. Os sistemas de informação existentes na área da saúde, por exemplo, não consideram essa população como um extrato específico e a encaixam nas estatísticas gerais até mesmo quando o assunto é uso e abuso de álcool e outras drogas, um dos problemas de saúde que mais afligem as pessoas que vivem nas ruas.

Os movimentos organizados dessa população procuram sair da invisibilidade e amplificar as suas vozes através de várias iniciativas de comunicação que vão desde site e perfis nas redes sociais, passando por jornais impressos e programas de rádio e TV Web. Além disso, vários perfis jornalísticos nas chamadas novas mídias e considerados mais democráticos, como, por exemplo, o Mídia Ninja, têm aberto espaços no intuito de dar outros e novos sentidos a essa população por meio da escuta de suas trajetórias e reivindicações. Entretanto, na mídia tradicional, que ainda concentra grande parte da atenção dos leitores e da audiência, essa população aparece apenas de forma relacionada a conflitos por ocupações/desocupações de áreas nas grandes cidades, atos de violência e crimes ou, excepcionalmente, algum fato inusitado.

Considerando esse cenário e como forma de evidenciar alguns elementos de sua exacerbação, analisamos uma reportagem da Revista Vogue Brasil sobre um projeto social voltado para essa população, tendo como perspectiva analítica a teoria do corpo social de Pierre Bourdieu.

Nosso objetivo foi identificar e caracterizar alguns elementos discursivos presentes nas narrativas da imprensa brasileira sobre as pessoas em situação de rua, tomando como corpus de análise fotografias que integraram essa reportagem, que teve como objetivo explícito dar visibilidade a essas pessoas e mostrar que “todos somos iguais”. Contemplamos especificamente dois ângulos pelos quais se pode observar essas narrativas: o modo como a mídia arranja os significados através de uma estratégia textual (Silverstone, 2002) e as estratégias de silenciamento das narrativas específicas dos moradores de rua sobre si mesmos.

A expressão “moradores de rua” equivale a “pessoas em situação de rua”, sendo que essa última resultou de um movimento de auto nomeação por parte dos sujeitos interessados, que argumentam ser “morador” uma situação estabilizada, enquanto “em situação de” indica que

é, para a maioria, um estado transitivo. Utilizamos aqui propositalmente as duas, para trazer à tona esse dado, que evidencia o quanto este tema é objeto de grandes embates discursivos, que disputam a produção dos sentidos sobre esse grupo de pessoas e de sujeitos sociais e dos quais fazem parte tanto a reportagem analisada quanto nosso estudo e, de forma mais ampla, nossa pesquisa de doutorado.²⁴

1.7.2 Contextos

O Brasil desconhece o número total da população em situação de rua porque até o momento ela não é considerada pelo Censo Demográfico realizado a cada dez anos pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, situação que deve ser revista em 2020 com a inclusão da PSR no levantamento. Em 2007, um censo realizado pelo MDS - Ministério do Desenvolvimento Social em 71 cidades brasileiras apontou 31.922 pessoas vivendo nessa situação. Um levantamento mais recente do IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (2016) em pouco mais de 1.900 cidades²⁵, contabiliza cerca de 101 mil pessoas vivendo nas ruas no país.

Para além da territorialização precária, estas pessoas são caracterizadas, de acordo com Castel (1997), através da “desfiliação”, um processo que faz com que as pessoas adotem as ruas. Já o MDS, no relatório publicado em 2009, ao analisar a população em situação de rua fez a seguinte definição: “*grupo populacional heterogêneo constituído por pessoas que possuem em comum a garantia da sobrevivência por meio de atividades produtivas desenvolvidas nas ruas, os vínculos familiares interrompidos ou fragilizados e não referência de moradia regular*” (BRASIL, 2009). De acordo com esse relatório, no Brasil a população em situação de rua é, essencialmente, masculina (82%), jovem (53% tem entre 25 e 44 anos), negra (69% se declaram afrodescendentes), 74% sabem ler e escrever, o principal motivo pelos quais as pessoas passaram a viver na rua se referem a problemas como alcoolismo e/ou drogas (35,5%) e a maioria declara não ter complicações de saúde (62%).

Os dados mais recentes do IPEA procuraram levantar o número de pessoas vivendo nas ruas em todo o país, mesmo nos municípios de médio e pequeno porte sem ações de assistência social e de inclusão desta população, articulando-os a um conjunto de outras variáveis. Apesar dos números serem mais recentes e mais que triplicarem em relação à pesquisa de 2007 do

²⁴ A pesquisa está em andamento no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde, no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, Brasil. Com previsão de defesa em 2020, intitula-se “Se essa rua fosse minha, se esse corpo fosse meu – A população em situação de rua, seus modos de visibilidade e as políticas públicas de saúde”.

²⁵ O Brasil tem 5570 municípios.

MDS, as políticas públicas para a população que foram elaboradas no país, inclusive a política de saúde, tomaram por base os dados da primeira pesquisa, já desatualizados.

Trata-se de uma população invisibilizada, que não aparece nos vários sistemas de informação existentes do Brasil, portanto não passível de inclusão através das políticas de seguridade social que buscam garantir o mínimo de direitos. No campo da saúde, o atendimento desse contingente está garantido através da estratégia consultórios na rua (eCnaR) inserida dentro da Política de Atenção Básica e articulada com a Política de Atenção Psicossocial. A articulação entre as duas políticas se deve ao fato dos problemas com o uso de álcool e outras drogas serem os mais frequentes entre a população.

Desde o início dos anos 2000, em todo o Brasil, as pessoas em população de rua vêm se organizando em movimentos sociais reivindicando desde o direito a terem um lar, como o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto, até os que exigem respeito e direitos a partir do espaço onde vivem (nas ruas), em várias das capitais brasileiras.

Essas representações têm realizado encontros para discutirem suas condições e as formas de serem vistos dentro e fora das instâncias de gestão pública. O Movimento Nacional da População de Rua tem representação no Conselho Nacional de Saúde, por exemplo. Neste sentido, eles também produzem materiais de comunicação como jornais e revistas impressas, programas de rádio, TV e páginas na web etc. Já na considerada grande mídia, essa população é quase invisível e, quando visível, refém de uma discursividade que aumenta o preconceito e o estigma contra suas formas de vida e seus corpos.

1.7.3 Abordagens

Adotando como conceito central para nosso estudo o de corpo social, pela perspectiva de Pierre Bourdieu (2014), entendemos o corpo como um produto social possibilitado pelas condições sociais de produção e que é visto a partir das classificações que lhes são impostas. Neste sentido e ainda seguindo com o sociólogo, compreendemos que as pessoas em situação de rua passam pela experiência do “corpo alienado”, alienação que, nesse caso, é fortemente pautada pelo sentimento da vergonha. Para Bourdieu “sob o signo do mal-estar, da vergonha, da timidez”, o indivíduo vê seu corpo como se estivesse fora dele, o tempo inteiro se corrigindo e se recuperando para os olhos de outro, naquilo que ele é para o outro.

A ideia do corpo legítimo é objeto da luta de classes, que legitima as categorias que distinguem as pessoas das outras, não apenas pelo que elas representam, mas pelo grupo ou grupos que representa. Ter o corpo de uma forma ou de outra significa que se teve os meios para realizá-lo e quem está na rua não tem meio algum ou tem meios bastante precários; a pessoa em situação de rua encarna o corpo que lhe é possível – o corpo alienado, causador de vergonha porque sujo, porque quase sempre magro, porque estragado pela doença, porque danificado pela droga, porque desprovido de vestimentas apresentáveis. O corpo ou a imagem do corpo de uma pessoa “sem teto” é a exacerbação e em certa medida e estereotipação da imagem que as classes dominantes – cujos recursos lhes garantem um corpo mais forte, bem tratado, ou um perfil mais delicado – têm dos setores destituídos de suas boas condições de vida. (Bourdieu, 2014, p.253). Ainda com Bourdieu.

Essa relação com o corpo, que é progressivamente incorporada e que dá ao corpo sua fisionomia propriamente social, é uma maneira global de exportar seu corpo, de o apresentar aos outros, e exprime, entre outras coisas, uma relação particular – de concordância ou de discordância – entre o corpo real e o corpo legítimo (tal como ele se define por uma classe particular de esquemas de percepção) ou, se preferimos, uma antecipação inconsciente das chances de sucesso da interação que contribui para definir essas chances (pelos traços comumente descritos como segurança, confiança em si, etc.) (2014, p. 255)

É com esta compreensão do corpo social que observamos o modo como a mídia se move discursivamente em relação à população em situação de rua. Pelas lentes da mídia tradicional, ela é invisível e, coerentemente, silenciada. São poucas as reportagens sobre ela e sua voz é ouvida apenas quando serve de argumento de legitimação da verdade daquele jornal, revista ou programa de TV.

Esta situação apenas confirma, empiricamente, as análises de estudiosos dos procedimentos midiáticos (Thompson, 1988; Fausto Neto, 2008), como expressam bem as palavras de Silverstone sobre que na mídia os significados são arranjados, de modo plausível e agradável, além de persuasivo. Analisá-la:

“é explorar a relação entre o familiar e o novo; decifrar a estratégia textual. Mas é também investigar a audiência: encontrar onde e como é colocado o texto; compreender como os lugares comuns se relacionam com o senso comum; como a novidade é construída sobre uma base familiar; e como os truques são criados e os clichês mobilizados em mudanças de gosto e estilo” (Silverstone, 2002, p.76).

Esses truques colaboram para constituir a mídia como “uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (Fausto Neto, 2008).

Um levantamento em andamento aponta para alguns enquadramentos que atuam vigorosamente na produção de sentidos sobre essas pessoas e sujeitos sociais: eles só se tornam notícia quando envolvidos em fatos dramáticos e/ou tragédias, como a expulsão da área conhecida como Cracolândia em São Paulo, após o início da gestão do Prefeito João Dória (janeiro de 2016); por atos violentos, sejam eles protagonistas ou vítimas, como episódios de mendigos incendiados em praça pública; muito raramente, quando um de seus membros foge ao padrão no qual são encaixados socialmente, como o episódio do “mendigo galã” (um morador de rua branco, atlético e de olhos verdes que chamou a atenção da imprensa). Os motivos que os levaram as ruas, a escassez de políticas públicas de resgate da autonomia destas pessoas e suas percepções sobre suas condições não são objeto de interesse da grande mídia. As exceções correm por conta da mídia alternativa e em páginas e perfis na rede mundial de computadores, como o perfil SP Invisível²⁶, no qual as trajetórias de vida são contadas pelas próprias pessoas em situação de rua. Mesmo assim, não são um tema recorrente nem de grande visibilidade nas redes sociais e outros ambientes da mídia eletrônica.

Escolhemos como objeto particular de análise um caso ilustrativo do tratamento midiático conferido a estes cidadãos, que observamos sob a perspectiva do corpo social. No início do mês de setembro de 2017 a revista Vogue Brasil on line divulgou uma reportagem da campanha *Nós*, realizada pela ARCAH – Associação de Resgate à Cidadania por Amor a Humanidade, na qual artistas famosos posaram abraçados com pessoas em situação de rua e vulnerabilidade social para o que viria a ser, futuramente, uma exposição fotográfica. Nossa proposta foi identificar ressonâncias semiológicas dessa matéria, particularmente das fotografias e refletir sobre possíveis implicações para as lutas identitárias e por direitos dessa população.

Recorremos, para tanto, a uma premissa metodológica da Análise Social de Discursos (Verón, 1980; Pinto, 1994) a de que texto e contextos são inseparáveis como objetos discursivos. Não se pode entender os sentidos possíveis de qualquer material simbólico se ele não for examinado à luz das suas condições de produção e de circulação. Neste caso, a matéria e as fotos em particular produzem sentido em relação com os discursos – midiáticos ou não - que lhe precedem e com as percepções circulantes sobre o tema em questão.

²⁶ Esse perfil se repete em outras capitais brasileira como Rio de Janeiro (Rio Invisível) e Recife (Recife Invisível)

1.7.4 Aprofundamentos

A Revista Vogue é considerada a mais importante revista especializada em moda do mundo, circulando nos Estados Unidos desde 1892 e no Brasil desde 1975, sendo hoje editada em 22 países. No Brasil, a Revista faz parte do Grupo Globo e sua versão on-line está hospedada no Portal G1²⁷.

A matéria de que trata essa análise foi veiculada em setembro de 2017 na versão on line da Vogue Brasil e tinha como objetivo divulgar uma iniciativa da ONG ARCAH – Associação para o Resgate a Cidadania por Amor a Humanidade. Trata-se de um texto curto, como é comum nos textos para internet e não fornece qualquer informação sobre a ONG, além do nome e das personalidades que a lideram – modelos, proprietárias de grifes e DJs – que foram referidas como “embaixadoras”. A ARCAH foi fundada por três jovens herdeiros paulistanos em 2016 e tem uma atuação específica com moradores de rua em São Paulo a partir de quatro projetos sociais. As embaixadoras são pessoas com boa inserção nas mídias e escolhidas por marcas e/ou instituições para representá-las.

O objetivo explicitado da ONG com o projeto “Nós”, que incentivou abraços entre celebridades e pessoas em situação de rua, era mostrar que, independentemente das condições sociais, identidade, cor ou raça e credo “somos todos iguais”. As fotos além de divulgadas na mídia, fariam parte de uma exposição em uma galeria de São Paulo, seriam usadas em camisetas vendidas numa grande loja de departamentos e pela internet e o valor arrecadado seria usado em benefício da ONG.

De acordo com a matéria, o projeto ainda mostrou o que havia em comum nas histórias de vida dos moradores de rua e das celebridades fotografadas: sonhos, esperanças e hobbies. Entretanto, a matéria não dá qualquer exemplo dessas semelhanças entre as celebridades e os moradores de rua fotografados, sendo que sequer nomeia as pessoas e/ou conta as suas histórias.

As pessoas em situação de rua fotografadas para o projeto foram banhadas, maquiadas e levadas para posar em estúdio. A condição social na qual estão inseridas foi totalmente apagada, foram despojados dos pertences que carregam, muitas vezes pendurados pelo corpo, foram tirados do território onde vivem – as praças, calçadas, viadutos que se tornaram suas

²⁷ Dados do Wikipédia. [https://pt.wikipedia.org/wiki/Vogue_\(revista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Vogue_(revista)) em 18/02/2018.

moradias, e colocados despidos e maquiados em um estúdio. Seus corpos e as marcas inscritas neles, que fazem eles serem o que são para o olho do outro, ou seja, as marcas da rua e do tempo tatuadas nos corpos, foram apagadas. Maquiados, iluminados, desterritorializados, descaracterizados poderiam facilmente passarem por modelos passíveis de abraços. O olhar da matéria não era para eles, não houve uma concessão, nem para seus nomes, muito menos para suas vestes ou seus corpos como vividos por eles: machucados, sujos, envergonhados.

Fotos Arcah: Alinne Moraes (Foto: Gabriel Wickbold / Divulgação)²⁸



²⁸ Revista Vogue. <https://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2017/09/alinne-moraes-bruno-gagliasso-e-mais-abracam-moradores-de-rua-em-campanha.html>

As redes sociais reagiram prontamente, as críticas foram inúmeras, apenas no site da revista foram mais de 400 comentários, a maioria deles negativos, criticando principalmente o interesse comercial do Projeto e o fato das pessoas não terem sido identificadas e todos os artistas e fotógrafos sim. Em menos de 48 horas a revista cancelou a possibilidade de as pessoas comentarem no site, o que não impediu a repercussão nas redes sociais como *Facebook e Twitter*.

Nesta situação há o que as imagens nos falam: de pessoas enquadradas num padrão, desfiguradas das suas situações, retiradas do seu território, despidas não apenas de suas roupas, mas ideologicamente de seus signos – completamente “domesticadas”, “canibalizadas” simbolicamente. Há ainda o que a matéria não fala: quem são aquelas pessoas? Quais as suas histórias? Por que não foram nomeadas? Como chegaram até ali? De onde vieram?

A linguagem do corpo vem da identidade social legitimada; o corpo, em sua aparência, é um produto social, portanto fruto de disputas (Bourdieu, 2014). Na matéria, apesar de postular retratar essas pessoas numa situação incomum, os corpos foram corrigidos para caberem no olhar desse outro, produtor e consumidor da Revista. Eram pessoas da rua, mas não cabiam como se apresentam na rua, suas aparências seriam agressivas em excesso, assim foram “corrigidos”.

1.7.5 Inconclusão

As tímidas iniciativas de políticas públicas voltadas para a população em situação de rua no Brasil, por mais que já garantam a inclusão dessa população no cuidado em saúde, por exemplo, através dos consultórios na rua, ainda estão longe de garantir uma vida mais cidadã. Para além das políticas desenvolvidas, a própria população tem se organizado em movimento reivindicatórios por mais saúde e demais direitos sociais, além de ocuparem espaços na mídia não tradicional e redes sociais com suas vozes e histórias pessoais, na busca por evitar intermediários.

As poucas aparições dessa população na mídia são em situações de conflito por ocupação de espaço, e de violência, o que corrobora na construção de sentidos sobre seus corpos, vistos como doentes e sujos e sua índole, presumindo-os violentos, desonestos. O caso analisado aqui, de uma mídia específica e que circulou em ambientes digitais não trata de nenhuma dessas situações, ao contrário, procura revesti-los com os signos da elite do país, pela ação

metonímica de um abraço produzido em um estúdio fotográfico. Mas, ao negar-lhes a possibilidade de um reconhecimento identitário, seja por seu reconhecimento como indivíduos ou como cidadãos que vivem nas ruas e que enfrentam situação de iniquidade social, apenas reforçam os estereótipos e os usam como argumento para o elogio aos membros da elite – celebridades – que se apresentam assim como seres solidários e humanos.

O que vimos não foi um episódio isolado. Tínhamos uma Revista voltada para as elites, apoiando um projeto de uma organização beneficente de pessoas do mesmo mundo social da Revista, que envolvia pessoas bem-sucedidas no meio artístico, brancas, ricas, belas e admiradas. Não era, evidentemente uma ação em prol da cidadania de nenhum segmento despossuído desses atributos. Mas tentou se fazer passar por isso. O sucedido também foi um bom exemplo da possibilidade que hoje temos, pelos recursos trazidos pela Internet, de identificar e reagir a esse tipo de manipulação.

REFERÊNCIAS

Bastos, C. M. y otros (s/f). *Pastoral do Povo na Rua: vida e missão*. São Paulo: Loyola.

Bourdieu, P. (2014). Notas provisórias sobre a percepção social do corpo. *Proposições*, 25, (1/73), 247-256.

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (2008). *Pesquisa nacional sobre a população em situação de rua*. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. http://www/mds.gov.br/backup/arquivos/sumario_executivo_pop_ua.pdf

Ministério da Saúde (2012). *Manual sobre o cuidado à saúde junto a população em situação de rua*. Brasília: Ministério da Saúde.

Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (2016). *Estimativa da População em Situação de Rua no Brasil*. Brasília: Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29303

Castel, R. (1997). As dinâmicas do processo de marginalização: da vulnerabilidade e desfiliação. *Cadernos CRH*, (26/27), 19-40.

Pinto, M. J. (1999). *Comunicação e Discurso*. Introdução à Análise dos Discursos. São Paulo: Hacker.

Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola.

Thompson, J. B (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, Vozes.

Verón, E. (1980). *A produção do sentido*. São Paulo: Cultrix\USP.

Vogue. (s.f). *Alinne Moraes, Bruno Gagliasso e mais abraçam pessoas em situação de rua e vulnerabilidade social*. Confira as celebridades em cliques para a ARCAH – Associação de Resgate à Cidadania por Amor a Humanidade. <https://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2017/09/alinne-moraes-bruno-gagliasso-e-mais-abracam-moradores-de-rua-em-campanha.html>