

## ***Street papers:*** jornalismo ou forma de comunicação?

**Suzana da Silva Rozendo – UFSC**  
sukirozendo@hotmail.com

### **Resumo**

Os street papers são revistas ou jornais que abrem espaço para as vozes das pessoas em situação de risco social e por elas são vendidos pelas cidades do mundo inteiro. No Brasil, um dos projetos vinculados à Rede Internacional de Publicações de Rua é a Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação, através do jornal Boca de Rua, de Porto Alegre. Este veículo tem se mostrado como uma ferramenta de interação social haja vista que as pessoas em situação de rua ajudam na produção do conteúdo do jornal e encontram neste trabalho uma alternativa para sair da grave situação de exclusão dos direitos sociais. Mas afinal, estas propostas editoriais podem ser classificadas como jornalismo ou é meramente uma forma de comunicação?

**Palavras-chave:** *Street Papers*, interação social, Boca de Rua

### **Abstract**

Street papers are magazines or newspapers that give voices of people at social risk and they are sold by cities worldwide. In Brazil, a project linked to the International Network of Street Publications is the Free Agency for Information, Education and Citizenship, through the newspaper Boca de Rua, Porto Alegre. This vehicle it's a kind of a tool that helps in social interaction, because homeless can help in the production of the newspaper's content and find this work an alternative to leave the serious situation of social exclusion. But ultimately, can these proposals be classified as editorial journalism or is it merely a form of communication?

**Key words:** Street Papers, social interaction, Boca de Rua

## Introdução

O que é o jornalismo? A pergunta suscita outras perguntas: O que é notícia? Por que as notícias são como são? Afinal, qual é o papel do jornalismo numa sociedade democrática? A partir dessas indagações de Nelson Traquina (2004), este artigo faz uma reflexão sobre os *street papers*, tendência que cresce em escala mundial, protagonizada por pessoas em situação de rua. Os *street papers* são revistas ou jornais que abrem espaço para as vozes das pessoas em situação de risco social e por elas são vendidos pelas cidades do mundo inteiro.

A pioneira destas propostas editoriais foi a revista The Big Issue, em Londres, fundada em 1991 e considerada a maior do mundo (INSP, 2011). Foi este periódico inglês que impulsionou o surgimento de uma rede internacional de *street papers* (INSP) e de vários outros projetos editoriais semelhantes criados com o objetivo de estabelecer relações entre sujeitos de níveis sociais diferentes, através do processo de compra e venda dos *street papers*. Essa rede mundial de jornais de rua se caracteriza por ser um mecanismo que propõe solução para a pobreza em todo o mundo e atua como uma voz contra a injustiça, defendendo as necessidades e os direitos dos pobres (INSP, 2011).

Quatro países da América Latina produzem *street papers* e são filiados à International Network of Street Papers, a INSP: Argentina, Brasil, Chile e Paraguai. No Brasil, estão vinculadas à Rede Internacional de Publicações de Rua a Organização Civil de Ação Social, por meio da revista Ocas”, distribuída no Rio de Janeiro e São Paulo; a Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação, através do jornal Boca de Rua, de Porto Alegre e a mais recente publicação, o jornal Aurora da Rua, elaborado pela Organização da Igreja Trindade de Salvador. As três organizações têm o objetivo comum de promover a reintegração social das pessoas em situação de rua através da venda dos jornais ou das revistas e, desta maneira, fazer com que elas encontrem uma alternativa para sair da situação de exclusão de seus direitos sociais.

## Referencial teórico e metodológico

De acordo com Walty (2007), a INSP associa países desenvolvidos e em desenvolvimento, investindo na troca de conhecimentos e experiências entre as partes envolvidas no processo de produção, compra e venda destes periódicos. A pessoa em situação de rua compra, com desconto, o produto da organização responsável pela produção e a revende pelo preço de capa. As publicações só podem ser compradas diretamente com os vendedores cadastrados, que circulam em pontos de venda alternativos, como cinemas, cafés, bares, museus, universidades, feiras e eventos. Os vendedores devem ter idade mínima de dezoito anos, receber treinamento, assinar um código de conduta e portar crachá.

Este produto jornalístico tem se mostrado uma poderosa ferramenta de transformação social na vida de pessoas consideradas excluídas da sociedade, haja vista que passam a ser notadas como trabalhadoras e não mais pelos comportamentos desviantes.

Com a presença cada vez mais expressiva das pessoas que habitam espaços públicos das grandes e médias cidades brasileiras, Mattos retrata bem como a sociedade costuma enxergar a população de rua:

[...] nós as olhamos amedrontados, de soslaio, com uma expressão de constrangimento. Alguns as vêem como perigosas, apressam o passo. Outros logo as consideram vagabundas e que ali estão por não quererem trabalhar, olhando-as com hostilidade. Muitos atravessam a rua com receio de serem abordados por pedido de esmola, ou mesmo por preconceberem que são pessoas sujas e mal cheirosas (2004, p. 47).

As imagens que circulam sobre este público fazem com que a sociedade, mesmo que involuntariamente, o marginalize. Noutros casos, em atitudes mais violentas, pessoas “civilizadas” e inseridas nos padrões de normalidade chegam a agredi-las verbalmente e fisicamente, ou até mesmo queimá-las, como em alguns lamentáveis casos noticiados pela imprensa (idem).

Jurandir Freire Costa (1989) ressalta que estes sujeitos vêm sendo historicamente estigmatizados pela sociedade através de vinculações a imagens pejorativas como da vadiagem, promiscuidade, ociosidade, alcoolismo, desvios de caráter, dentre outras. Além disso, na maioria das vezes, são chamados de mendigos e “seus atos ofendem a sociedade e contribuem para abalar a coesão social (DI FLORA, 1987, p. 42).

Neste artigo, a situação de rua é entendida como um caráter processual e transitório. O indivíduo não é identificado diretamente com a rua, mas com uma circunstância adversa e possivelmente efêmera. Este termo será empregado também para evitar palavras largamente inseridas na grande mídia e nos meios sociais, como por exemplo, moradores de rua, pedintes, andarilhos, trecheiros e mendigos. Tais expressões adquiriram, historicamente, uma conotação pejorativa, em que a sociedade associa imediatamente o ato de pedir esmolas a uma profissão ou forma primeira de sustento. Portanto, não se deve referir a essa população como moradores de rua ou mendigos, para colaborar com a quebra de estereótipos. Sobre isso, o diretor e fundador da revista Ocas” salienta a questão da realidade provocada:

A ideia é você não determinar que aquela pessoa é sempre de rua. Primeiro ela é uma pessoa, então já muda, na verdade ela está em uma situação transitória, não é da rua, ela não nasceu e não vai morrer na rua, ela está neste momento nesta situação e ela se transforma porque ninguém nasceu para morar na rua. A ideia é mostrar que essa realidade é uma realidade que foi provocada, não é eterna, ela não existia e ela pode deixar de existir. Então as

peças que hoje estão em situação de rua, são pessoas em situação de casa, elas podem morar numa casa. Quando eu falo morador de rua dá ideia de que a pessoa nunca vai sair de lá (COSTA,2011).

Os *street papers* surgiram também para amenizar este tipo de estereótipo e, por isso, podem ser considerados como um produto que promove a interação social e a transformação dos hábitos das pessoas em situação de rua. Na vida cotidiana, com este trabalho, os vendedores e, às vezes, produtores dos jornais ou revistas de rua conseguem se aproximar daqueles que possuem o dito comportamento normal, aqui caracterizado como aquele que não nega as expectativas de um tipo particular de sociedade (DI FLORA, 1987, p.48).

Nestes espaços de congregação, as pessoas em situação de rua podem sugerir conteúdos e fazer relatos sobre as experiências vivenciadas no mundo. Assim os leitores destes periódicos e a sociedade em sentido geral podem ter contato com a realidade da vida desta população.

Em 2008, um levantamento divulgado pela Fundação de Assistência Social e Cidadania (Fasc) mostrou que Porto Alegre tem 1.203 pessoas em situação de rua. O estudo definiu esta população como todas as pessoas que se encontram em abrigos e albergues destinados ao acolhimento ou abrigo temporário, assim como aquelas que se encontram em atividades de perambulação pelas ruas ou que dizem fazer da rua seu local de existência e habitação, mesmo que temporariamente (BOCK, 2008). Desta população, aproximadamente 1,5% ajuda na produção e venda do Jornal Boca de Rua em Porto Alegre/RS desde 1999.

A participação dos vendedores nas reuniões de pauta dos periódicos é uma das formas de estabelecer canais de expressão entre vendedores e jornalistas e no Boca de Rua. Os textos, as fotos e as ilustrações são elaborados pelos sem-teto durante as oficinas semanais. Apesar do trabalho ser orientado pelos jornalistas, apenas a edição e a diagramação é executada por profissionais de comunicação (ALICE, 2010). Sobre a criação de jornais, Marcondes Filho aponta que “criar jornais é encontrar uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos e grupos em afirmar publicamente suas opiniões e informações (2009, p.75).

Trazer à tona a realidade vivenciada pelas pessoas em situação de rua através dos *street papers* torna possível o reconhecimento deste grupo social como cidadão. Além disso, este tipo de publicação, seguindo a tendência do Modelo Ocidental de Jornalismo, funciona como uma espécie de espaço público onde se ouve diferentes opiniões, como se fosse um mercado livre de ideias (SOUSA, 2002, p.33). Mas, será que estas publicações podem ser consideradas um tipo de jornalismo ou é meramente uma forma de comunicação? Para isso, analisemos a matéria “Arroz com feijão e cacos de vidro”, na qual os sem-teto denunciam a prática de alguns porto-alegrenses de misturar lixo, fezes e até veneno de barata nas comidas doadas a eles.

Estão botando lixo e até vidro misturado com as comidas nos macaquinhos. Os macaquinhos são sacos onde os moradores dos apartamentos e casas costumam colocar comida para os que necessitam na rua e pendurar nos galhos das árvores ou nas grades dos edifícios. Tudo o que tá pendurado se diz que é um macaquinho, porque macaco vive dependurado. Existem casos de pessoas que foram parar no hospital porque comeram cacos de vidros em macaquinhos. [...] Genilson também ficou feliz quando encontrou um saco com chocolate, mas tinha lixo por baixo. “Tentei tirar uns chocolates que estavam mais em cima, mas não adiantou porque tinham pegado o gosto. Acho que botaram para sacanear mesmo. Eles deviam dar mais valor para o ser humano porque quem mora na rua não é bicho”, disse. (BOCA DE RUA, 2010, p. 6).

O relato apresenta características de notícia, pois como lembra Robert Park, tem a função de orientar o homem e a sociedade num mundo real (1972, p. 183). Testemunhos dos fatos, os sem-teto possuem argumentos para convencer a sociedade a promover uma mudança de atitude em relação a eles que transitam por caminhos repetitivos e vivem a procura de um bico para fazer, de alimento, de um local para dormir. No caso específico deste texto, os marginalizados querem continuar recebendo doações de alimentos, desde que estes estejam em condições de serem ingeridos. Também é possível notar que a forma com que essa população recebe a comida revela a impossibilidade de dar conta de sua própria alimentação, sem depender da ajuda de outras pessoas.

Outro ponto importante a se destacar no texto supracitado é a notoriedade pública sobre esta realidade nas ruas. O jornal Boca de Rua leva a conhecimento da sociedade esta situação dramática vivida pelos sem-teto. Este meio contribui para informar sobre essas ocorrências aos consumidores das mensagens mediáticas (SOUSA, 2002, p.17). Por meio do discurso, estas pessoas reivindicam coisas que não conseguem mudar, mas será que estes discursos podem ser considerados jornalismo?

A palavra jornalismo implica uma série de critérios de noticiabilidade, procedimentos éticos, distinção de gêneros. Otto Groth propõe para um estudo da ciência jornalística quatro características principais da “Periodika”: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão (FAUS BELAU, 1966). Essas características, segundo ele, são essenciais para entender o conteúdo da ciência na investigação do ser e essência do objeto jornalístico à medida que as quatro peculiaridades se dão juntas, pois existem relações funcionais entre elas.

O autor considera o jornalismo como personalidade jurídica e o que o distingue de outras publicações é a periodicidade, repetição cansativa. Sem periodicidade, a idéia de jornal seria irrealizável e esta é uma característica que se aplica ao jornal Boca de Rua. Groth define universalidade como uma tarefa dos jornais de comunicar o conhecimento de todas as questões em todos os ramos da cultura e da vida ao indivíduo. Neste caso, a universalidade obriga ao jornalista ser um sabe-tudo. No jornal de Porto Alegre, os conteúdos não são produzidos por jornalistas e tem por foco divulgar matérias de assuntos da rua.

Seguindo o pensamento, o sociólogo alemão define atualidade como característica e meta de um jornal que está submetido ao princípio da prioridade absoluta de todo o atual. Em partes, esta característica é notada no jornal Boca de Rua, mas se restringe às matérias sobre a população de rua.

A difusão é a segunda característica da forma junto com a periodicidade e pode ser caracterizada pela acessibilidade geral do objeto, acessível a todo o mundo. Sim, o Jornal Boca de Rua está ao alcance dos homens.

Diante disso, pode-se notar que o *street paper* apresenta certas características jornalísticas, mas não pode ser considerado jornalismo em sua forma pura. Incontestável, porém é o desafio destas propostas editoriais de criar condições para que haja transformações nos hábitos de vida da população de rua. De acordo com Cantarino, a “condição de habitante das ruas oferece a possibilidade de um olhar único sobre o cotidiano das grandes cidades do mundo” (2005, p. 06). Dessa forma, o jornal Boca de Rua é utilizado também como espaço de expressão de singularidades, onde o homem de rua é o tema central e a questão da objetividade e da linguagem formal são deixadas de lado. Sobre o processo de produção das notícias, na mesma edição do jornal, os sem-teto explicam como acontece e ressaltam que quem não faz parte do grupo, não pode vender o Boca de Rua:

Primeiro a gente se reúne em grupo e discute as pautas, respeitando um ao outro sem gritar e sem brigar. As pautas são escolhidas no grupo inteiro. São dadas várias sugestões e a gente escolhe as melhores pautas por votação. Daí nos dividimos em três grupos e cada um fica com uma pauta. Como em cada grupo tem pessoas que não sabem ler ou escrever, eles dão as suas opiniões e fazem as perguntas para as entrevistadas. Quem é alfabetizado anota o que os outros dizem. Pra fazer entrevista não precisa saber ler e escrever, basta ter educação e respeito. (p.3, Ano IX, número 37)

Desse modo, destaca-se aqui a capacidade de interação social promovida pelos *street papers*, tendo em vista que estes possibilitam a propagação das experiências vivenciadas pelos vendedores. Possibilitam ainda momentos de convivência e consequentes trocas de experiências, entre atores sociais distintos, pois a aquisição destes materiais implica contato direto da população de rua com grupos de esferas sociais diferentes. Além disso, na página da internet do jornal Boca de Rua, destaca-se, sobre este periódico, a intenção de promover o debate entre os profissionais, estudantes e professores de comunicação (ALICE, 2011).

Em se tratando do trabalho realizado por estas pessoas que, em geral, não conseguem encontrar oportunidades de empregos regulares, Silva acredita que o jornal Boca de Rua traz muitos benefícios à população de rua que o produz, tanto psicologicamente quanto de forma material, já que através do trabalho, estes sujeitos podem recuperar a autoestima e também garantir, por conta própria, a sua sustentabilidade. Contudo, o retorno pode ser ainda maior [...] caso a abordagem jornalística dos

problemas [...] seja mais aprofundada e leve o público leitor a se sentir mais responsável também pela solução dos problemas (2007, p.90).

Haddad, ao estudar a Revista Ocas”, de São Paulo, ressalta a possibilidade de inserção das camadas sociais mediante o processo de compra e venda e os relacionamentos estabelecidos entre os vendedores e os compradores. No âmbito da inserção social, o autor acredita que periódicos possuem capacidade de alterar o *status quo*, diminuindo as fronteiras entre a comunicação e os movimentos sociais (2007, p.51).

Em geral, as pessoas adquirem os *street papers* ou porque querem ajudar, sem dar esmolas, ou porque se interessam sobre o conteúdo do periódico. Luiz Beltrão analisa as motivações psicológicas que fazem com que o homem leia jornal e uma destas motivações é o estabelecimento de ligações com os demais homens, próximos ou distantes, com os quais por qualquer circunstância não tem vinculações diretas e ricas em afeto humano.

Segundo o autor,

O jornalismo deve servir à comunidade em que se exerce, exprimindo os seus ideais, contribuindo para a realização das suas causas e solução dos seus problemas e conflitos, advertindo-se dos seus erros e apontando-lhe os caminhos certos para o êxito dos seus empreendimentos (2006, p.33).

Ao fazer parte de um projeto como o jornal Boca de Rua, os desabrigados buscam melhorias de qualidade de vida e o contato com outras esferas sociais. Seja na tentativa de venda do produto seja em sua produção, a população de rua sente que está inserida na sociedade, gozando de seus direitos, exercendo uma função e interagindo com pessoas de outros níveis sociais. Sobre este tipo de comportamento, Berger e Lückmann salientam que a interação social se dá a partir do momento face a face. No caso dos *street papers*, essa interação pode ser vista no processo de produção, distribuição e circulação do material.

Meu “aqui” e “agora” e o dele colidem continuamente um com o outro enquanto dura a situação face a face. Como resultado há um intercâmbio contínuo entre minha expressividade e a dele. [...] Todas as minhas expressões orientam-se na direção dele e vice-versa e esta contínua reciprocidade de atos expressivos é simultaneamente acessível a nós ambos. Isto significa que na situação face a face a subjetividade do outro me é acessível mediante o máximo de sintomas. (1995, p.47).

## Algumas análises

Mas, afinal, até que ponto esta produção se afasta e se aproxima do jornalismo, levando em conta a participação efetiva de pessoas de rua que nunca frequentaram as salas de aula de uma instituição acadêmica?

De acordo com Zanei Barcellos e Celina Alvetti, em meados de 1990, nos Estados Unidos, as novas tecnologias da era da globalização fizeram com que os jornais disputassem audiência para concorrer com a TV e a internet e para isso fizeram uso de notícias sensacionalistas. Porém, alguns jornais contrários a essa ideia resolveram colocar os direitos e deveres dos cidadãos no centro das suas preocupações, aproximando-se assim da comunidade. Este posicionamento inicialmente tomado por jornais dos Estados Unidos foi denominado de jornalismo público, jornalismo cívico e jornalismo comunitário, entre outros nomes. Segundo os autores, na segunda metade da década de 1990, o Brasil tentou copiar a ideia e alguns empresários da comunicação lançaram jornais populares de linguagem acessível, textos curtos e com mais imagens e infográficos. A intenção era explorar “um mercado que não via sua realidade contemplada nos grandes jornais e cujo nível sociocultural impossibilitava seu entendimento e mesmo a compra dos jornais mais caros” (BARCELLOS e ALVETTI, 2007, p.5).

Jorge Pedro de Sousa considera o jornalismo cívico uma atividade de envolvimento jornalístico com a comunidade para dar maior atenção a cada tema a fim de salvar os jornais da perda de leitores. (2008, p. 71).

Sobre a proposta editorial dos *street papers*, os conceitos elaborados por Foschini e Taddei se aproximam mais do que se entende por jornalismo cidadão. Este tipo de jornalismo, feito essencialmente por não-jornalistas, está ligado à noção de comunidade. Nas palavras dos autores:

De uma forma muito simplificada, pode-se dizer que você se transforma em um cidadão jornalista quando toma a iniciativa de divulgar uma informação. Tudo pode virar notícia: de reunião com amigos a enchente. Sempre haverá um público interessado no que você produzir, mesmo que seja um número reduzido de pessoas. Assuntos que interessam apenas a públicos específicos, aliás, combinam muito com o jornalismo cidadão, já que a mídia de massa provavelmente não vai abordá-los (2006, p. 12).

Sendo assim, o Jornalismo Cidadão é compreendido como a chance de democratizar a informação, a partir do momento em que a pessoa em situação de rua tem acesso à mídia, não apenas como vendedor ou leitor, mas colaborando na produção do material veiculado, já que pode participar do processo de produção dos *street papers*.

Ivete Walty propõe para a prática de *street papers* utilizar a expressão jornalismo alternativo, pois segundo ela, jornalismo cidadão ou cívico não são suficientes para agrupar essa proposta na qual os desabrigados urbanos são ao mesmo tempo sujeito e objeto das publicações. “O espaço dado às palavras dos desassistidos não encontra correspondência em outros jornais e revistas” (2008, p. 186).



Um dos lemas da Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação (Alice), responsável pela produção do jornal Boca de Rua é dar voz a quem não tem. Além de garantir visibilidade a tais grupos, as publicações que são realizadas pelas pessoas em situação de rua com orientação de jornalistas profissionais, convidam os leitores a uma reflexão sobre uma realidade que não sai na grande mídia, a realidade das ruas (ALICE, 2011).

Na edição de setembro de 2010, em uma matéria sobre o aniversário de Porto Alegre, os sem-teto escreveram a matéria “Porto Alegre é de todos nós”, na qual propuseram uma reflexão sobre a vivência nas ruas da cidade:

No aniversário de Porto Alegre -comemorado em março passado- é importante lembrar que todos os moradores da cidade são cidadãos e não apenas os que vivem sob um teto. Mais do que ninguém, os moradores de rua são porto-alegrenses. Quando o resto das pessoas fecha as portas dos seus pequenos mundos: seus apartamentos, seus trabalhos e seus carros, nós continuamos a viver no coração da cidade porque a cidade inteira é a nossa casa. Parabéns cidade de Porto Alegre, nosso lar (p. 24, Ano IX, número 37).

Este tipo de contribuição é um exemplo da livre comunicação dos pensamentos e das opiniões. Todo cidadão pode por isso falar, escrever, imprimir livremente, desde que não abuse dessa liberdade nos casos determinados por lei. Isso vai ao encontro da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que em seu texto traz noções sobre os direitos sociais, econômicos e culturais a serem resguardados internacionalmente. Seu artigo 19 diz que “Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (1948).

A lista de espera nos albergues das grandes cidades é sempre grande, bem como a fila em centros de distribuição de comidas e poucas pessoas testemunham ou se interessam por esta realidade. Diante deste cenário que é comum nos grandes centros do Brasil e do mundo, destaca-se a relevância em estudar mídias alternativas, como os *street papers*, que fogem do padrão jornalístico e ajudam as pessoas em situação de rua a melhorarem suas condições de vida. Neste sentido, o sociólogo francês Jean Cazeneuve afirma que os veículos comunicativos podem ser poderosos transformadores sociais, pois “dotar a sociedade com os meios de conhecer a si própria é fornecer-lhe os instrumentos para planejar o seu futuro” (1976, p. 173).

A partir do momento que uma pessoa considerada em situação de rua passa a produzir e vender conteúdos de um produto com características jornalísticas pode-se dizer que ela está desenvolvendo um papel ativo em um mundo social. “Ao interiorizar estes papéis, o mesmo mundo torna-se subjetivamente real para ele” (BERGER E LÜCKMANN, 1995, p.103).

A importância dos *street papers* como instrumentos de interação social é apontada por especialistas e pelas próprias organizações que produzem estes periódicos. Segundo eles, a proposta é uma forma de transformar a realidade das pessoas em situação de rua e fazer com que deixem de depender das ações caridosas e do assistencialismo. Através de seus próprios esforços, os *street papers* podem ser um degrau para a melhoria da qualidade de vida das pessoas que habitam as ruas, pois “todos os universos socialmente construídos modificam-se e a transformação é realizada pelas ações concretas dos seres humanos” (idem, p.157).

No jornal Boca de Rua, o dinheiro arrecadado na comercialização do veículo reverte integralmente para os integrantes do grupo, constituindo uma fonte alternativa de renda. Os menores de 18 anos participam de oficinas lúdicas e educativas (brincadeiras, texto, teatro, artesanato, malabarismo e música, entre outras) que geram um encarte especial – o Boquinha. Seus pais ou responsáveis recebem uma ajuda de custo semanal. Todo o trabalho conta com a colaboração de uma equipe multidisciplinar formada educadores e psicólogos (ALICE, 2011).

Em suma, os *street papers*, ao mesmo tempo em que estão próximos, distanciam-se em algumas características jornalísticas e na contemporaneidade ainda não se encontra categoria específica para este tipo de comunicação: ele apresenta aspectos de jornalismo cívico, cidadão e comunitário, mas não se encaixa plenamente em nenhuma classificação. O que se pode notar, sem dúvidas, é que são um canal de diálogo das pessoas em situação de rua com a sociedade civil, um meio de a sociedade enxergar as pessoas como trabalhadoras e não mais como pedintes e exploradoras.

## Referências

ALICE. **Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação**. Disponível em: <<http://www.alice.org.br>>. Acesso em 05 janeiro 2011.

BELTRÃO, L. **Teoria e prática do Jornalismo**. Adamantina: FAI/ Cátedra UNESCO Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional/ Edições Omnia, 2006.

BERGER, P. T., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis : Vozes, 1995.

**BOCA DE RUA**, Porto Alegre, n.37, p.3-6-24, 2010.

BOCK, M. **Mais de 80% dos moradores de rua de Porto Alegre são homens**. Disponível em : <<http://www.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&section=Geral&newsID=a1909587.xml>>. Acesso em 12 janeiro 2011.

CANTARINO, C. A organização internacional dos moradores de rua. In: **Ciência e Cultura**, São Paulo, v.57, n.1, jan./mar.2005.

CAZENEUVE, Jean. **Guia alfabético das comunicações de massa**. Lisboa: Edições 70, 1976.

COSTA, A. [17 janeiro 2011]. São Paulo. Entrevista concedida à autora.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível na Biblioteca Virtual de Direitos Humanos da Universidade de São Paulo: [www.direitoshumanos.usp.br](http://www.direitoshumanos.usp.br)

DI FLORA, M. C. **Mendigos: por que surgem, por onde circulam, como são tratados**. Petrópolis, Rj: Vozes, 1987.

FAUS BELAU, Angel. **La ciencia periodística de Otto Groth**. Pamplona: Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

HADDAD, J. C. **Street Papers, mídia e reinclusão social: a revista Ocas**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero. Dissertação de mestrado, 2007.

INSP. **International Network of Street Papers**. Disponível em: < [www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) >. Acesso em 23 novembro 2010.

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista- a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Paulus, 2009.

MATTOS, R M.; FERREIRA, R. F. Quem vocês pensam que (elas) são? Representações sobre as pessoas em situação de rua. **Psicologia e Sociedade**. Porto Alegre, n. 16 v. 2, p. 47-58, mai-ago. 2004.

PARK, R. E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In: STEINBERG, Charles S. (Org.). **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo: Cultrix, 1972, pp. 168-185. 2ª edição.

PEREIRA, C. **Rua sem saída: um estudo sobre a relação entre o Estado e a População de Rua de Brasília**. Universidade de Brasília. Dissertação de mestrado, 2008.

SOUSA, J. P. Uma breve história do jornalismo no Ocidente. In SOUSA, J. P **Jornalismo: história, teoria e metodologia**. Porto: UFP: 2008.

SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. Chapecó/Florianópolis: Argos/Letras Contemporâneas, 2002, pp. 11-113.

SILVA, G. **Contribuição ao estudo da violência: Jornal Boca de Rua e as políticas públicas para a adolescência em Porto Alegre**. 2007, 90f. Trabalho de Conclusão (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

TADDEI, R e FOSCHINI A. C. **Jornalismo Cidadão: você faz a notícia**. Coleção Conquiste a rede. Disponível em: < <http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia> >. Acesso em 30 novembro 2010.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004.

WALTY, I. **Espaços entrecruzados, agentes culturais**: o exemplo das revistas alternativas. Disponível em.: <<http://www.revistabecan.com.br/arquivos/1228245323.pdf>>. Acesso em 12 janeiro 2011.

WALTY, I. Os intelectuais e os moradores de rua: uma parceria em construção? In.: **Letras de Hoje**. Porto Alegre, v. 42, n. 4, p. 77-84, dez. 2007.