

## Os Critérios da Rua: a representação da pessoa em situação de rua no jornal Boca De Rua<sup>1</sup>

Caroline Araújo Pinheiro da COSTA<sup>2</sup>  
Janie PACHECO<sup>3</sup>  
ESPM-Sul, Porto Alegre, RS

### Resumo

O objetivo do presente artigo é refletir sobre a representação da pessoa em situação de rua no jornal *Boca de Rua*, periódico de Porto Alegre (RS) que tem em sua equipe pessoas em situação de rua. A análise foi realizada cruzando os conceitos de linguagem, comunicação e capital simbólico com as notícias publicadas no jornal impresso, levando em consideração o posicionamento desse segmento da sociedade das reuniões de pauta do periódico.

**Palavras-chave:** jornalismo impresso; representatividade; pessoas em situação de rua; jornal *Boca de Rua*.

### 1 INTRODUÇÃO

Levando em consideração a comunicação como uma linguagem universal, de direito a todos, com poder simbólico e potencial de transformação de realidades, se determinados segmentos da sociedade não são contemplados na imprensa tradicional, surgem movimentos para reverter essa situação. Neste cenário de pouco caso está a população em situação de rua, pouco presente na mídia tradicional. Sua característica transitória, de pertencer a vários e, ao mesmo tempo, a nenhum local, pode ser considerado um dos fatores que impulsionam essa falta de identificação e presença frequente na mídia como fonte ou então como objeto de reportagem. “Cria-se uma rede territorial na qual circulam sujeitos com diferentes *intensidades de movimento* errante, que variam nas diversas experiências urbanas contemporâneas” (FRANGELLA, 2004, p.29).

Muito embora 95,5% da população de rua não participe de qualquer movimento social (MDS, 2008), na última década o Movimento de Pessoas em Situação de Rua têm se fortalecendo tanto em âmbito nacional como local. ONGS e coletivos também auxiliam na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno autor do trabalho, estudante de jornalismo da ESPM-Sul, do 8º Sementre, email: [contato.carolinepinheiro@gmail.com](mailto:contato.carolinepinheiro@gmail.com);

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Jornalismo da ESPM-Sul, email: [jpacheco@espm.br](mailto:jpacheco@espm.br);

consolidação do movimento que tem por objetivo garantir direitos e promover a cidadania principalmente por meio da comunicação.

Considerando que “as estratégias de comunicação do terceiro setor habitam um vasto campo novo, ainda pouco discutido e explorado” (DUARTE, 2002, p 19), já é possível elencar algumas iniciativas que investem nessa proposta. Este estudo pesquisou o jornal *Boca de Rua*, um jornal trimestral produzido na cidade de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é cruzar os conceitos de linguagem, comunicação e capital simbólico com as notícias publicadas no jornal impresso, levando em consideração o posicionamento desse segmento da sociedade nas reuniões de pauta do periódico. Para tanto, o trabalho será dividido nas seguintes etapas. Primeiramente, são apresentados os conceitos de linguagem, comunicação, notícia e capital simbólico. A segunda etapa apresenta a lógica de produção do jornal a partir da observação participante e entrevista com integrantes realizada pela pesquisadora. A apresentação e análise das notícias e falas selecionadas a terceira etapa deste trabalho.

## **2 COMUNICAÇÃO, SEU PODER E O SER JORNALISTA**

A comunicação, como descreve Bordenave (2006), diferente da visão de senso comum, não está somente na imprensa e nos meios de comunicação. “Estes meios são tão poderosos e importantes na nossa vida atual que às vezes esquecemos que representam apenas uma mínima parte da nossa comunicação total” (2006, p.18). O autor explica que a origem da comunicação está nos gestos e sons e, conseqüentemente, suas combinações tornaram-se símbolos para a transmissão de informações ao próximo. Salienta ainda que “outra grande invenção humana foi a gramática, isto é, o conjunto de regras para relacionar os signos entre si” (2006, p. 24).

Ainda que a gramática possa ter facilitado a comunicação, sua origem está na linguagem oral e corporal salientada por Bordenave (2006) como primeira forma organizada de comunicação humana. “De posse de repertórios e signos, e de regras para combiná-los, o homem criou a linguagem” (2006, p.25). O tom das palavras, movimentos corporais, as roupas, os olhares, tudo tem significado, tudo comunica. Esse conjunto de

informações, orais ou gestuais, transformadas em linguagem, mais tarde seriam a base do desenvolvimento dos meios de comunicação:

Começou com os grunhidos e os gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance, aumentando sua influência nas pessoas e, através delas, incidindo na cultura, na economia e na política das nações (2006, p.34)

A ampla difusão de gestos, sons, símbolos e, posteriormente, gramática fizeram com que a comunicação, ao longo da sua história, se tornasse uma forma de poder. Seja por seu conteúdo, sua abrangência ou, então, por seu impacto. A imprensa, responsável pela ampla difusão de informações e comunicação social, é rotulada, neste sentido, de “quarto poder”. Faria (2009, p.176) a caracteriza como algo “bifronte, agente em nome do interesse público, embora vulnerável e vítima de forças ameaçadoras oriundas do Estado ou de interesses escusos de grupos econômicos e políticos”.

Para “além das funções de tipo ‘racional’, como a provisão de informações (notícias, anúncios, etc), o jornal satisfaz necessidades ‘não racionais’, como o fornecimento de contatos sociais e, indiretamente, de prestígio social” (BORDANAVE, 2006, p.20). Neste sentido, principal produto da prática jornalística, a notícia, reflete essas necessidades. Nos resultados da pergunta ‘o que é notícia?’, estariam, certamente, respostas como: ‘o que é importante para a sociedade’, ‘o que está na mídia’, ‘o que interessa ao público’, etc. (TRAQUINA, 2008).

Seu conceito, amplamente discutido por diversos autores, pode tomar diversos viéses. A jornalista e antropóloga Isabel Travancas (2011) no estudo realizado sobre esses profissionais traz o conceito de notícia a partir de diferentes autores. “Para Muniz Sodré, ‘notícia é todo fato social destacado em função de sua atualidade, interesse e comunicabilidade’ (apud 2011, p.38). Já para Nilson Lage, “a notícia se definiria como o ‘relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este de seu aspecto mais importante’” (apud TRAVANCAS, 2011, p.38). Marcondes Filho (1986), por sua vez, conceitua notícia como “informação transformada em mercadoria com todos seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais: para isso a informação sobre um tratamento que a

adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo” (MARCONDES FILHO apud VIZEU, 2003, p. 71).

A seleção realizada por um repórter para a transformação de informações em notícia é subjetiva e individual (MARCONDES FILHO, 1986). Essa seleção está atrelada não só ao capital monetário gerado por essa transmissão de informação a determinado público, mas também representa um capital simbólico para o veículo e, sobretudo, para o profissional que a executa.

Criar jornais é uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos e grupos de afirmar publicamente suas opiniões e informações. É uma maneira de dar eco às posições pessoais, de classe ou de nações através de um complexo industrial-tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania, como “a verdade” (MARCONDES FILHO, 1986, p11)

As dinâmicas e singularidades envolvidas na atividade jornalística podem ser entendidas a partir dos conceitos de campo<sup>4</sup> e de capital<sup>5</sup> formulados pelo sociólogo Pierre Bourdieu em seu breve ensaio intitulado “A influência do jornalismo”, publicado originalmente em 1996. Segundo Bourdieu (1997, p. 104), este campo da produção cultural constituiu-se no século XIX “em torno da oposição entre jornais que ofereciam antes de tudo ‘notícias’ de preferência ‘sensacionais’, ou melhor ‘sensacionalistas’, e jornais que propunham análises e ‘comentários’”, diferenciando-se dos primeiros ao assumir como critério fundamental do texto jornalístico a objetividade (1997, p.104-105). O campo jornalístico, prossegue o autor, é também é o “lugar de oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares”, isto é, por aqueles conhecem e reconhecem os princípios internos constitutivos do campo, e o “reconhecimento pela maioria”, o qual se evidencia na receita obtida, no número de leitores, ouvintes ou espectadores (1977, p.105). Portanto o êxito de um empreendimento jornalístico é indissociável de um “veredito de mercado” (1997, p.105).

---

<sup>4</sup> De forma sucinta, campo é uma esfera da vida social que ganhou autonomia com o passar do tempo em vista de relações, recursos e conteúdos específicos. Todo campo é ao mesmo tempo um campo de forças e um campo de lutas no qual os agentes que nele atuam estão em luta pela posse de determinado capital (material e/ou simbólico) (BOURDIEU, 2003).

<sup>5</sup> O capital, recurso pelo qual os agentes de um dado campo competem, pode ser tanto ser material quanto simbólico. Há quatro tipos fundamentais de capital: econômico, cultural, social e simbólico.

Ao refletir sobre as formulações de Bourdieu acerca do campo jornalístico, Berger (2003, p.21) afirma que o capital aqui privilegiado é o simbólico<sup>6</sup>, “pois é da natureza do jornalismo fazer crer”, em outras palavras, o capital pelo qual os agentes (individuais e coletivos) lutam é a credibilidade. “É ela quem está constantemente em disputa entre os jornais e entre estes e os demais campos sociais. e está sendo constantemente testada, através de pesquisas, junto aos leitores” (2003, 21). A comunicação jornalística, neste contexto, auxilia na construção de um mundo e, enquanto poder simbólico, sua reprodução determina uma sociedade. Assim, os jornalistas situam-se, neste contexto, como privilegiados “porque controlam, ou pelo menos exercem uma influência especial em instâncias de socialização como [...] a mídia” (BONNEWITZ, 2003, p.101). Considerando a posse e reprodução deste capital, Zanchetta (2004, p.12) afirma que constantemente a imprensa reproduz “procedimentos específicos para conquistar respeitabilidade, leitores e anunciantes, e, conseqüentemente, mais recursos de independência”.

A influência do jornalismo e da atuação dos repórteres na seleção e publicação de notícias também se reflete nas mais diversas teorias de construção da realidade social, na qual autores, como por exemplo, Alsina (2009), relatam que os jornais e, sendo assim, os jornalistas são construtores da realidade ao seu redor. “Mas também conferem estilo narrativo a essa realidade, e, divulgando-a, tornam a realidade pública sobre o dia a dia” (ALSINA, 2009, p. 11). Ao trabalhar, portanto, o acontecimento, o jornalista acaba relatando – ou não – alguns fatos e tornando-os notícias conhecidas pela sociedade. O autor esclarece que o que é ou não veiculado depende do olhar de quem irá relatar, esclarecendo que “é claro que, cada sistema cultural vai concretizar quais são os fenômenos que merecem ser considerados como acontecimentos e quais passam despercebidos” (ALSINA, 2009, p,115).

### **3 O JORNAL *BOCA DE RUA* E SUA ROTINA DE PRODUÇÃO**

---

<sup>6</sup> De acordo com Bourdieu (2003,p.122), o capital simbólico carrega “um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem”.

Estimulada a reverter essa lógica das mesmas fontes e dar voz para quem não era contemplado pela grande imprensa, a jornalista Rosina Duarte iniciou na capital do Rio Grande do Sul, em 1999, os primeiros projetos de um grupo que, em 2004, se tornaria a ONG Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação, ou simplesmente *Alice*. A ONG possui 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 país. Formada por diversos profissionais de diferentes áreas profissionais, ela trabalha para preservar os direitos humanos e os direitos do cidadão. Para isso, desenvolve distintas atividades no Rio Grande do Sul, em especial em Porto Alegre, região metropolitana e na cidade de Bagé.

Uma das três linhas de atuação da ONG é dar voz a quem não tem. Na prática, faz isso através do estímulo às mídias alternativas entre populações sem representação na mídia, em especial as de baixa renda. Além de proporcionar um canal de voz – que garanta a visibilidade de tais grupos – utiliza a comunicação como um meio de incluir, incentivar a autoestima e instigar o debate sobre direitos, formas de organização e alternativas de renda. As publicações produzidas por estas populações sob a orientação dos jornalistas da *Alice*, também proporcionam aos seus leitores o privilégio de conhecerem e refletirem sobre uma realidade que não sai na grande mídia.

O jornal *Boca de Rua*, um dos principais projetos da ONG, visa instrumentalizar e dar espaço a quem normalmente não tem vez na mídia tradicional. Com mais de uma década de atuação, o jornal é trimestral e co-produzido por pessoas em situação de rua.

Figura 1 - Integrante do jornal segurando um exemplar do mesmo



Fonte: Arquivo Pessoal.<sup>7</sup>

Ao realizar a observação participante nas reuniões de pauta do jornal percebeu-se três perfis diferentes de integrantes no projeto. O primeiro perfil de integrante, composto por somente um do grupo, é o integrante, voluntário e responsável pelo projeto: neste caso, Rosina Duarte, jornalista, e Cristina Pozzobon, diagramadora. Um segundo perfil é integrante, voluntário, estudantes ou não, que participam da rotina de produção do jornal para coletar dados ou por interesse pessoal. Esse grupo de pessoas não está em situação de rua e, portanto, não realiza a venda dos periódicos nas ruas de Porto Alegre. O terceiro e último perfil é integrante, em situação de rua, que participa da rotina de produção do jornal e, conforme comparece nas reuniões de pauta, recebe gratuitamente e comercializa exemplares do *Boca de Rua* permanecendo com o lucro das vendas para si.

O grupo de pessoas em situação de rua que integra o Jornal *Boca de Rua* é majoritariamente composto por homens. Poucas são as mulheres no grupo. Todavia, no que diz respeito a integrantes do jornal essencialmente voluntários, a maioria é composta por mulheres. Inclusive, a liderança do grupo e a diagramadora do periódico são mulheres: Rosina Duarte e Cristina Pozzobon.

<sup>7</sup> Integrante do Jornal segurando um dos exemplares do *Boca de Rua*.



A rotina jornalística do grupo e o modo de executar o jornal está consolidado no grupo a partir da seguinte lógica: terça-feira, data escolhida para o encontro, eles chegam sempre antes do horário no local combinado. Contudo, a reunião de grupo só inicia quando a jornalista Rosina chega. Ela os convida para sentar na grama e pergunta à todos: “Quem tem pauta para hoje?”. Depois de responderem, desenvolvendo um papel de editora no grupo, a jornalista anota os assuntos e inicia chamando um por um para manifestar-se.

Após a apresentação dos assuntos, Rosina lembra assuntos pendentes a serem resolvidos ou então orienta que os grupos que estão realizando reportagens reúnam-se para encaminhar os textos, entrevistas ou fotografias que estiverem faltando naquela determinada tarefa. Além de discussões sobre as reportagens e a rotina do jornal, o grupo também se depara nos encontros com pautas diversificadas sobre o universo da rua. Entre elas, surgiram propostas para os integrantes do jornal participarem de diferentes atividades no período em que observei o grupo, por exemplo: falar sobre o jornal a um grupo de intercambistas, passear no Ônibus Linha Turismo de Porto Alegre pelo trajeto do centro histórico e participar de semanas científicas em painéis apresentando a realidade de quem realiza o jornal.

A reunião costuma durar cerca de duas horas e, esgotadas as pautas, Rosina orienta os integrantes que estão em situação de rua a organizarem-se em uma fila para receberem os exemplares a serem comercializados durante aquela semana. Cada integrante diz seu nome ao voluntário que está responsável por controlar os exemplares distribuídos. Este recebe quarenta exemplares e deve preencher em frente ao grupo seu nome nos jornais. Após, pede a algum voluntário para que conte os exemplares, certificando que ele estará levando quarenta exemplares para comercializar. Conferidos os números, é dado o “ok” para quem está fazendo o controle dos jornais (sempre um voluntário exerce esse papel) e aquele colaborador é autorizado a realizar a venda da semana. Caso na semana daquela reunião o grupo esteja apurando alguma pauta ou coletando dados para determinada reportagem, após a entrega do jornal, os integrantes saem junto com os voluntários para a apuração das informações.

#### 4 ANÁLISE



Na apuração de pauta na rua ou no ato de vender o jornal, para as pessoas em situação de rua serem identificadas como integrantes do *Boca de Rua*, recebem um crachá com sua foto e seu nome. É essa apresentação que garante a credibilidade do vendedor, independente do local da capital em que irá comercializar, ou, do repórter, onde é que ele for realizar suas entrevistas. Tal credibilidade é oriunda do capital simbólico (BOURDIEU, 2000) que a imprensa carrega consigo.

Quanto mais tempo um integrante estiver no jornal, maior sua dominação da prática jornalística, das regras da tribo e do poder simbólico que a comunicação produz. Um exemplo é o texto escrito por um dos integrantes e publicado praticamente na íntegra por Rosina e a diagramadora Cristina. Na ocasião, o integrante participou de um passeio junto com vários outros colegas do jornal.

Figura 2 - Nota publicada no jornal nº 55, que circulou entre abril e junho de 2015



Fonte: Jornal impresso.

Como já participa desde o início do projeto, ao terminar o passeio escreveu em um papel emprestado por um dos voluntários o texto que foi publicado. Neste dia, um dos

voluntários leu o conteúdo escrito em voz alta, para que os demais ouvissem. Importante observar que, neste dia, Rosina não estava presente. Todavia, no ato, o texto foi aprovado por unanimidade.

No grupo dos integrantes do *Boca de Rua* que estão em situação de rua, poucos sabem ler e escrever. Neste sentido, a comunicação oral e gestual descrita por Bordenave (2006) é a principal estratégia que os integrantes possuem para colocar suas opiniões e influenciarem nas reportagens publicadas no jornal. Para que as notícias sejam escritas de fato, o jornal necessita, então, dos voluntários que irão observar e ouvir o que os demais integrantes dizem sobre determinada pauta e, a partir daí, redigir um texto inicial.

Por mais que no dia a dia do *Boca de Rua* a jornalista trabalhe os conceitos que adquiriu na profissão, nem todos os integrantes do *Boca de Rua* concebem o conceito de notícia da mesma forma. Diferentemente do que autores (TRAVANCAS, 2011) conceituam para o termo, para os integrantes do jornal que estão em situação de rua a palavra notícia está estritamente ligada ao que eles querem contar. Um dos integrantes conceitua notícia, por exemplo, dizendo que “Notícia é eu tirar um flash (foto) dum PM parando um morador de rua do nada”. Já outro integrante acredita, por sua vez, que “a palavra notícia pra mim é ir adiante. É que todo mundo fique sabendo o que é aquilo, que vá para todo o mundo que se preocupa com a realidade de rua”.

Gradativamente, os integrantes vão empoderando-se da proposta e contribuindo para a publicação. Aos poucos, cada um descobre no que é melhor “tem uns que são melhores em foto, outros em título”, explica Rosina. “A primeira edição, ‘Vozes de uma gente invisível’, a foto de capa eram só as bocas deles, porque eles não queriam aparecer. Hoje em hoje em dia se tu não mostra eles ou não bota o nome deles, eles vão à loucura”, explica a jornalista. “Que mercado de trabalho vai incluir alguém sem escolaridade, que passou pela prisão, que é dependente de droga, tem a saúde frágil e não tem um lugar fixo para morar? Não tem como incluir essa pessoa no mercado que está, mas como reinventá-lo”, questiona Rosina.

Com o passar do tempo, segundo Rosina, participar do jornal “muda a autoimagem deles. [Eles] passam de seres marginais a cidadãos que se veem como parte de algo maior”. Uma das voluntárias assinala que, ao conseguir uma sede para a ONG, o projeto

consolidaria mais ainda porque “como muitos não tem casa, seria bem importante que tivéssemos um lugar que eles pudessem ir, se reunir, ter um teto”.

Estar no jornal por muitas vezes os ajuda a projetar um futuro. Carla<sup>8</sup> está em situação de rua e, segundo ela, não se considera uma repórter e sim uma vendedora. Seu objetivo no jornal é se tornar “uma grande vendedora ou que tenha um uniforme e seja uma atendente geral”. Carlos<sup>9</sup>, no entanto, projeta para o seu futuro algo não relacionado ao jornal, ele almeja terminar o curso de alfabetização e começar a escrever um livro. “Acho que eu tenho alguma coisa pra contar”.

As novas possibilidades dos integrantes fornecem a eles um novo universo de representação social. O Movimento Nacional da População de Rua é realidade e disputa agenda de muitos integrantes. Inclusive, dois dos integrantes do jornal são os líderes do movimento no Rio Grande do Sul.

Figura 18 - Recorte da reportagem publicada na Revista ExtraClasse, do Sindicato dos Professores do Rio Grande do Sul

#### **Violência estrutural é rotina nas cidades**

Diferente dos sem-teto, que possuem uma organização própria e política, as pessoas em situação de rua timidamente avançam com suas reivindicações. “Tem que chegar às 5h para conseguir entrar, porque são apenas 30 vagas. E só abre às 9h. Tá errado. O banho é gelado, e quem está doente não pode tomar assim”, protesta Paulo Ricardo da Silva, 49 anos, desde os nove familiarizado com a vida nas ruas. Integrante da equipe do jornal Boca de Rua, que é produzido e vendido por pessoas em situação de rua de Porto Alegre, ele se preparava para entrar no Centro POP 1 e participar da assembleia com monitores e usuários da casa de convivência para fazer esta e outras reivindicações.



Paulo Ricardo da Silva (E), do Boca de Rua

Foto: Igor Sperotto

Fonte: Site da Revista.<sup>10</sup>

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

<sup>8</sup> Nome fictício criado com a intenção de preservar a identidade da pessoa em situação de rua.

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.extraclasse.org.br/edicoes/2015/05/cada-vez-mais-esquecidos/>> . Acessado em: 4 de julho de 2015.

Como uma chance para mudar sua vida, o integrante do jornal em situação de rua integra o jornal. Com o engajamento em demais atividades que permeiam a rotina do periódico, eles passam a ser, nesses casos, fonte e não repórter das notícias. Ainda que estejam fora da mídia de massa, como impressos de grande circulação ou canais de televisão aberta, este grupo passa, então, a exercer seu direito à comunicação para além do *Boca de Rua*, mas em outros âmbitos da sociedade.

O poder transformador que a participação no jornal propicia a quem participa dele é o principal elemento a ser salientado nesta pesquisa. Na vida das pessoas em situação de rua isto possibilita que ressignifiquem sua autoimagem, empoderam-se de outras questões da população de rua e passam a ter novos papéis na sociedade, proporcionando a sua própria visibilidade.

### Referências bibliográficas

- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 351 p.
- BERGER, Christa. *Campos de confronto: a terra e o texto*. 2. ed. - Porto Alegre : Editora UFRGS, 2003.
- BONNEWITZ, Patrice. **Primeiras lições sobre a sociologia de P. Bourdieu**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. 149 p.
- BORDENAVE, Juan E. Días. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2006. - (Coleção primeiros passos ; 67) 30ª reimpr. da 1ª ed. de 1982.
- BOURDIEU, Pierre. A influência do jornalismo. In: **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- DUARTE, Rosina. **SOS Comunicação: estratégias para divulgação do Terceiro Setor**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2002.
- FARIA, Armando. Imprensa e Interesse Público. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.
- FRANGELLA, Simone Miziara. **Corpos urbanos errantes: uma etnografia da corporalidade de moradores de rua em São Paulo** - Campinas, SP : [s. n.], 2004.
- PESQUISA NACIONAL SOBRE A POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA. **Ministério do Desenvolvimento Social**. Disponível em:  
<[http://www.mds.gov.br/backup/arquivos/sumario\\_executivo\\_pop\\_rua.pdf](http://www.mds.gov.br/backup/arquivos/sumario_executivo_pop_rua.pdf)> Acessado em: 24 de Maio de 2015.



TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas.** 4. ed. revista. São Paulo: Summus, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza.** São Paulo: Ática, 1986.

ZANCHETTA Jr., J. **Imprensa Escrita e Telejornal.** São Paulo: UNESP, 2004.