



Agendamento, catadores e lumpemproletariado: os excluídos na mídia ¹

Fernanda Kist Brusius²
Universidade Federal de Santa Maria/RS

Resumo

A sociedade é severa com aqueles que não conseguem se adaptar ao convívio social. Eles precisam ser afastados e excluídos. A situação dos catadores de materiais recicláveis no município de Santa Maria, no centro do Estado do Rio Grande do Sul, retrata essa segregação: são pessoas recobertas por uma invisibilidade. Entretanto, se eles são invisíveis aos “olhos” da sociedade, não são aos da mídia que percebe e demonstra a situação na qual estão. Busca-se, em função disso, compreender como a identidade social dos catadores está relacionada à sua presença na mídia. Para isso, levantam-se conceitos e bibliografias que possam determinar a condição dos catadores na sociedade e na mídia. Este artigo está embasado na pesquisa de dissertação da autora, a qual está em desenvolvimento, por isso, as conclusões ainda estão sendo formuladas.

Palavras-chave

Mídia, identidade social, catadores.

Introdução

Em Santa Maria estima-se que existam cerca de 300 famílias que sobrevivem como catadores, vivendo numa situação de exclusão e pobreza, coletando materiais recicláveis nas ruas da cidade. Em condições de lumpencidadania³ é através do lixo que eles encontram não apenas o seu sustento, mas também a sua alimentação, os seus valores e a sua dignidade.

Às pessoas que vivem assim e que, portanto, não se enquadram na ordem e na estrutura social, buscam-se maneiras de isolar e excluí-las. A sociedade não deseja reconhecê-las, incluí-las, pois elas não possuem formação social e pessoal que permita identificá-las com outros grupos e categorias. Na impossibilidade de ocultá-las completamente, elas acabam sendo recobertas de uma invisibilidade, de desatenção, de

¹ Trabalho apresentado à Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

² Mestranda da linha de pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria. Estuda as representações da identidade social dos catadores de materiais recicláveis na mídia impressa de Santa Maria, RS. Email: fernandabrusius@yahoo.com.br

³ Uma espécie de cidadania em que muitos dos direitos básicos são negados, como alimentação, moradia, saneamento básico, em função de não se ter um trabalho que permita viver decentemente. Ela caracteriza a situação do lumpemproletariado, pessoas que vivem num contexto de exclusão e miserabilidade, não pertencentes à classe trabalhadora. São os mendigos, os moradores de rua, flanelinhas, prostitutas, criminosos, catadores.



despreocupação, até de uma impaciência que torna sua situação e realidade ignoradas por todos. Incluindo, algumas vezes, até o poder público.

Mas se os catadores não são “percebidos” pela e na sociedade, observa-se, ainda assim, que eles estão presentes na mídia. Através de diversas matérias que falam da sua relação com o lixo, da sua miséria e desventura, da criatividade que utilizam para compor e reutilizar materiais encontrados e até da sua habilidade como artistas⁴, transformam-se em notícia divulgada pela mídia. Com isso, busca-se compreender a identidade social dos catadores está relacionada à sua presença na mídia.

Para explicar e definir melhor a situação dos catadores, este artigo está dividido em quatro partes, sendo a primeira delas dedicada à identificação social dos trabalhadores do lixo. Para isso, a contextualização das condições em que vivem e trabalham é necessária para compreender e relacionar a sua posição como lumpemproletariado. Num segundo momento, busca-se analisar como a mídia estipula e determina assuntos que serão noticiados e como estes assuntos são construídos e narrados. É o momento que busca entender em que circunstâncias e em que momentos os catadores podem se tornar uma notícia. Em seguida, são tratados conceitos como mitos e heróis. A trajetória do herói aproxima-se da agenda da mídia em função de que ambas são narrativas e trazem estórias sobre heróis (os da ficção e os da vida cotidiana) que realizam feitos inesperados por quem está naquelas mesmas condições que eles.

Por fim, a união de todos esses conceitos, buscando algumas respostas para a maneira como os catadores são vistos na mídia. Em função deste trabalho estar em andamento, pois o mesmo se baseia no projeto de dissertação da autora, ainda há muito o que se concluir, não estando, portanto, finalizado, mas sim, sujeito a acréscimos e complementações.

A identidade social dos catadores de materiais recicláveis

O conceito de identidade social determina que as pessoas que estão dentro de uma mesma condição, irão, necessariamente, possuir a mesma significação emocional e partilhar a mesma conceituação acerca de si por pertencerem a um determinado grupo.

⁴ Informações observadas de uma primeira análise das matérias jornalísticas pertencentes ao *corpus* de pesquisa que será analisado para a dissertação. As matérias foram coletadas do jornal Diário de Santa Maria, correspondentes ao primeiro semestre de 2008.



E a sociedade vai ver a todos que estão nessa posição de maneira semelhante, os mesmos estigmas, as mesmas representações, as mesmas valorações.

A identidade social remete ao contexto das relações sociais e, portanto, envolve relações de poder, em que um indivíduo possui uma determinada posição em relação aos demais e, por isso, está incluso dentro de um grupo social, que são pessoas que possuem a mesma condição. A identidade social compreende três conceituações, sendo elas, a categorização social, a própria identidade social e a comparação social.

A categorização é o processo pelo qual se gera uma segmentação, uma classificação e uma ordenação do espaço social e em que os grupos servem de apoio para a construção da identidade social dos seus integrantes. A identidade social relaciona-se com o conhecimento que o indivíduo possui de pertencer a certo grupo e de que a sua definição e a dos outros vai depender da sua posição frente ao sistema de categorias sociais. Naturalmente, os indivíduos fazem comparações entre o grupo nos quais estão alocados e os demais, buscando sempre avaliar o favoritismo do seu grupo (CABECINHAS & LÁZARO, 1997).

Alguns dos fatores que condicionam o ingresso e a permanência de um indivíduo em um grupo específico, o qual irá determinar a sua posição na sociedade, provém da religião, da classe, do estado civil, da etnia, da raça, da profissão. Dentre esses, neste trabalho, procura-se estabelecer uma relação entre a identidade social em função do pertencimento a uma categoria profissional.

Fabrizio Maciel (2006) declara que, para Norbert Elias, na modernidade o trabalho deixou de ser uma atividade desprezível e sem valor para se tornar, justamente, o responsável e fornecedor de dignidade e reconhecimento social para um indivíduo. O autor define ainda que são muito profundos na identidade os conceitos de realização pessoal e dignidade, os quais provém de um “auto-sustento material, em que o trabalho estabilizado e uma carreira realizada são centrais na constituição de um projeto de vida sólido e satisfatório” (MACIEL, 2006, p. 302).

Maciel esclarece a relação do trabalho como fator condicionante da identidade, ao formular que

Na modernidade, ter uma profissão é a forma institucionalizada e socialmente reconhecida de se construir uma identidade. Isso ajuda a explicar por que a dimensão econômica da realidade social não determina, sozinha, a configuração das relações sociais. É preciso entender também que o conjunto de valores que se institucionalizou na modernidade nos diz o tempo todo que qualquer forma de



reconhecimento pessoal, e conseqüentemente dignidade e auto-estima, só é possível quando conseguimos provar nossa utilidade prática na sociedade de mercado (MACIEL, 2006, p. 300)

Nesse sentido, um dos critérios pelos quais as pessoas definem a si mesmas é através da escolha da sua profissão, isso as inclui em categorias que determinam a sua identidade social. Com isso, algumas atividades profissionais, pelas suas particularidades, possuem um prestígio ou desprestígio social, atingindo todos aqueles que estão inclusos nela.

Nesse sentido, o que vem determinar a posição dos catadores na sociedade são as condições em que vivem em função das possibilidades que o trabalho lhes oferece. A atividade de catação não deixa de ser um trabalho, mas um trabalho informal, estigmatizado e precário. Em função disso, eles se encontram numa situação de miserabilidade e exclusão.

Marx definiu os excluídos, na sociedade capitalista, como o lumpemproletariado, subclasse que, ao contrário do exército industrial de reserva, não fazia parte da classe trabalhadora e dificilmente poderia ser reabsorvido por ela. O lumpemproletariado é uma massa heterogênea, caracterizada pela exclusão, pela marginalidade, pela possibilidade de estar envolvido em relações criminosas, sendo politicamente vulnerável⁵.

Os catadores estão inclusos nessa subclasse porque as condições nas quais vivem e trabalham, uma relação urbana de coleta primitiva de alimentos e valores, identifica-os mais com a mendicância do que com a classe trabalhadora. O lixo não serve a eles apenas para ser revertido em dinheiro ou subsistência, mas também como uma possibilidade de realizar outras necessidades - como roupas, alimentação, brinquedos, móveis - que dificilmente seriam obtidas através do “salário” que ganham com a coleta de materiais recicláveis.

Em Santa Maria estima-se que existam cerca de 300 famílias que sobrevivem como catadores, vivendo numa situação de marginalidade e pobreza. Os catadores de materiais recicláveis são pessoas que realizam a busca, coleta e separação do lixo, para, com isso, vender os materiais aos intermediários, que são os responsáveis pela

⁵ Essa conceituação é basea nas leituras de alguns livros marxistas, como: MARX, K. *O método da economia política* (Contribuição à Crítica da Economia Política). In: FERNANDES, Florestan (Org.). *Marx, Engels: História*. São Paulo: Ática, 1983, pp. 409-417; ENGELS, F. & MARX, K. *Manifesto do partido comunista*. Porto Alegre: L&PM, 2002; MARX, K. *O 18 Brumário e Cartas a Kugelmann*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978; Marxists Internet Archive – Glossary of Terms, <http://www.marxists.org/glossary/terms/l/u>



comercialização com as indústrias de reciclagem. Em geral, o que os torna catadores é o desemprego ou a necessidade de conseguir uma outra atividade que ajude a aumentar a renda familiar.

Algumas dessas pessoas realizam atividades temporárias em que a demanda cresce durante determinado período do ano, como, por exemplo, muitos catadores se afastam do “garimpo”, como eles mesmos chamam a atividade do lixo, para montar piscinas no verão. Isso demonstra como o lumpemproletariado possui relações de incerteza com o mercado de trabalho, podendo ora se distanciar, ora se aproximar, mesmo que essa aproximação seja esporádica e inclua-os como mão-de-obra barata em serviços simples e que não irão trazer melhores oportunidades para eles.

A grande maioria desses trabalhadores coleta nas ruas da cidade, mora em vilas e na periferia, deslocando-se, então, por quilômetros e por horas até o centro de Santa Maria para poder coletar. Levam junto seus carrinhos e carroças abarrotando-os de materiais recicláveis encontrados através do trajeto e da possibilidade de chegar antes do caminhão de lixo e de outros catadores. A maioria deles não mantém nenhum tipo de vínculo com qualquer associação ou empresa, estabelecendo suas próprias rotas e horários, acompanhados, em geral, de crianças menores. Esse panorama lembra as características que Marx definiu para o lumpem, sendo a impossibilidade de se adaptar às normas e regras e a falta de organização social, que era um dos principais motivos que os diferenciavam do proletariado. Isso identifica que essas pessoas dificilmente possuem um espírito de união e de ajuda mútua em que todos poderiam lutar pelos mesmos ideais e realizações.

A prefeitura de Santa Maria buscou realizar uma associação única e uma central de comercialização, que não vingaram e acabaram gerando algumas associações pequenas, e, em geral, ilegais. Conforme a prefeitura⁶, existem cerca de 12 associações atualmente, mas apenas duas possuem licença para atuar no ramo da reciclagem. A maioria destas associações são familiares e funcionam em galpões no fundo da casa dos catadores, local em que eles fazem a triagem dos materiais coletados.

Há, ainda, os catadores que “garimpavam” no Lixão da Caturrita e que a partir de março de 2009, passaram a trabalhar na Tecnoresíduos, aterro sanitário com licença da FEPAM (Fundação Estadual de Proteção Ambiental, vinculada a Secretaria da Saúde e do Meio Ambiente do Estado do Rio Grande do Sul) para atuar, o qual é de

⁶ Informações obtidas através de conversa com o engenheiro florestal da Secretaria de Proteção Ambiental de Santa Maria. Novembro de 2008.



propriedade da prestadora de serviços que realiza a coleta de lixo na cidade de Santa Maria e região. Este aterro empregou cerca de 100 catadores para o trabalho de separação dos resíduos nas esteiras, entretanto, nem todos puderam ficar empregados porque alguns catadores possuíam problemas judiciais e outros não se adaptaram às condições do trabalho.

Em função do que foi exposto acima, a identidade social dos catadores está relacionada ao lumpemproletariado, pois é o fato de não possuírem uma ocupação que lhes proporcione sustentar-se com dignidade e reconhecimento que faz com que eles precisem viver através daquilo que a sociedade joga fora. Essa situação recobre-os de preconceito e invisibilidade, tornando o trabalho mais difícil ainda.

O processo de construção da notícia e o *agenda-setting*

Os primeiros estudos sobre o *agenda-setting* foram feitos por Donald Shaw e Maxwell McCombs no final de década de 1960 e início da década de 1970. Voltado a compreender as relações da mídia com o poder, o estudo inicial ocorreu durante a campanha eleitoral de 1968, nos Estados Unidos. Foram entrevistados cerca de cem eleitores indecisos durante dois meses, com o questionamento de quais eram os temas que mais os preocupavam naquele momento, independente dos temas mais presentes nas afirmações dos políticos (WOLF, 1987).

O resultado definia que havia, sem dúvida, uma relação entre os assuntos que eram destacados pela mídia e aquelas que faziam parte dos que eram considerados como importantes pelos indecisos. Entretanto, muitas críticas foram estabelecidas acerca deste trabalho, pois o fato dos temas estarem tanto na agenda da mídia como na do público poderia significar que era o público que agendava os meios e não o contrário. Também foram estabelecidas críticas sobre o tempo que envolveu a pesquisa, sendo considerado insuficiente.

Mas foi Walter Lippmann, em 1922, que sugeriu inicialmente “que os *mass mídia* são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos em nossa mente” (TRAQUINA, 2003, p. 18). E essa ligação é realizada pela mídia - na época de Lippmann, especialmente, pela imprensa - pois é ela que possibilita que as pessoas venham a conhecer grande parte da realidade que não está ao alcance das suas vistas ou do seu bairro.



A hipótese do *agenda-setting* compreende os estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na sociedade, estabelecendo que

As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese do *agenda setting*. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência da mídia sobre o público. É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá (BARROS FILHO, 1995, p.169).

Como já foi percebido, há uma relação muito forte entre a agenda da mídia e a agenda do público, pois as notícias que são tematizadas e evidenciadas na mídia acabam ganhando destaque e compreendendo a agenda da opinião pública. McCombs (2006, p. 29) estabelece que “la afirmación central de la teoría de la *agenda-setting* de que aquellos temas destacados em las noticias llegaban a ser vistos, com el tiempo, como importantes por el público”. Então, os assuntos que são mais evidenciados pela mídia, através do tempo e/ou do espaço que o telejornal e o impresso dedicam a eles são considerados como importantes pela opinião pública e transferidos para a sua agenda.

Uma das indicações do motivo pelo qual ocorre essa transferência de assuntos e temas da mídia para as conversas cotidianas é a de que as pessoas buscam a compreensão dos fenômenos e acontecimentos da realidade social através da mídia. McCombs afirma que as pessoas possuem uma necessidade de orientação, ou seja, a necessidade de compreender e conhecer acerca dos fatos e das situações que estão no seu entorno.

A necessidade de orientação está relacionada a duas outras variáveis: a relevância e a incerteza. Quanto mais alto o nível de relevância e de incerteza referente aos assuntos públicos, maior será a necessidade de orientação e, conseqüentemente, maiores serão os efeitos do agendamento na sociedade. Em relação aos temas, aqueles que McCombs intitula de não experienciais são os que mais possuem necessidade de orientação. Mas, isto não significa que os assuntos experienciais não tenham “deseo de más información” e que as pessoas não possam “dirigirse a los medios de comunicación para una orientación adicional”

Em função dessa dependência que o público estabelece com a mídia, o *agenda-setting* demanda a imposição de um impacto direto, porém não instantâneo sobre os receptores. Este impacto é determinado segundo dois níveis. Wolf (1987) esclarece que o primeiro deles envolve a ordem do dia dos temas que são os assuntos que estão



presentes na agenda da mídia e que irão compreender as conversas no cotidiano das pessoas. O segundo reporta-se à hierarquização dos temas propostos na ordem do dia, fazendo com que o público saiba não apenas quais são os temas que possuem pertinência a serem conhecidos, mas, principalmente, aqueles que merecem destaque e importância em relação aos demais temas agendados.

Porém, nem tudo o que acontece pode ser noticiado pelas mídias, muitos temas acabam ficando de fora da seleção e, por isso, são relegados ao desconhecimento e a conseqüente “inexistência social”, como nos diz Barros Filho (1995), posto que o que não é pautado pelos meios acaba possuindo uma relevância e importância secundária na agenda pública também.

O agendamento possui vários pressupostos, mas Hohlfeldt (1997) destaca três deles como os principais. O primeiro refere-se sobre o fluxo contínuo de informação, ou seja, a sociedade é diariamente bombardeada por informações provindas das mais diversas origens e meios, que ocasionam o que McCombs chamou de efeito enciclopédia, que “consciente ou inconscientemente, guardamos de maneira imperceptível em nossa memória informações de que, repentinamente, lançamos mão” (HOHLFELDT, 1997, p. 190)

Os efeitos dos meios de comunicação são maiores e mais perceptíveis se analisados a longo prazo. E, deve-se levar em conta não só o tempo de duração de uma cobertura jornalística, como também, e talvez, mais importante ainda, o tempo decorrido entre determinada cobertura e a sua reação por parte dos receptores.

O terceiro pressuposto declara aquilo que Cohen já havia dito em 1963, o agendamento pode não ter tanto efeito no modo de influenciar acerca de como o público deve pensar, mas, sem dúvida alguma, impõe sobre o que pensar, através da demonstração dos temas que são relevantes a se tornarem importantes e que devem ter a atenção e a preocupação da agenda pública.

Entretanto, o terceiro pressuposto de Hohlfeldt veio a possuir complementações pelos próprios criadores do termo *agenda-setting*. McCombs e Shaw (TRAQUINA, 2003) realizaram um levantamento sobre os estudos feitos sobre o agendamento desde o seu início até a década de 1990. Como conclusão estabeleceram que a agenda possibilita que a opinião pública compreenda não somente no que se deve pensar, mas também como se deve pensar. Afirmam eles que a hierarquização das notícias e o enquadramento que a elas é dado são fatores fundamentais para mostrar às pessoas como se deve pensar.



Ao se escolher um determinado assunto para ascender à posição de notícia, está-se colocando este tema como base para discussão na sociedade, determinando que ele é importante e merece ser problematizado e, mais, possibilitando novas informações sobre a realidade e sobre aquilo que não está disponível aos olhos de todos. “(O) conteúdo das concepções de um indivíduo da história e do futuro da sua comunidade vem a depender dos processos através dos quais os acontecimentos públicos se transformam em recurso do discurso nos assuntos públicos” (MOLOTCH & LESTER, 1974/1993, p.36 *apud* TRAQUINA, 2003, p. 22).

Logo, a maneira de construí-lo, enquadrá-lo, ou poderia se dizer, a maneira de contá-lo permite que a mídia diga como se pensar – a capacidade que os meios têm de mostrar a sociedade sobre “o como pensar” já foi identificado por McCombs ao remodelar a assertiva de Cohen. Por isso são relevantes para a compreensão do agendamento, os estudos que se referem à construção da notícia.

As notícias podem ser definidas como construções, “estórias”, conforme encontra-se na definição que Traquina retira de Tuchman (TUCHMAN, 1976/1993, p. 262 *apud* TRAQUINA, 2003, p.30). Este último define que declarar que uma notícia é uma estória não significa reduzir sua importância ou mesmo relegá-la ao domínio da ficção, mas sim focar que a notícia é “uma realidade seletiva” e que elas são autônomas, existem por si sós. É o que defende uma das correntes dos estudos do jornalismo na década de 1970.

Para que se possa estabelecer o trabalho de “contar estórias” foi necessário que os jornalistas criassem condições de produção e organização das notícias dentro dos meios de comunicação. A hierarquização dos fatos que compreendem a notícia, chamado *lead*, é um exemplo disso.

A capacidade do jornalista de se desapegar do tempo, fazendo com que ele não seja interferência no seu trabalho, fator considerado difícil dentro das condições de trabalho atuais da produção jornalística que envolve, sobretudo, a pressão do fechamento das notícias, implica não apenas o controle ao tempo, mas “um conjunto de saberes profissionais” que são as condições necessárias ao “saber de reconhecimento, procedimento e narração” (TRAQUINA, 2003, p. 31)

O saber de reconhecimento se refere a possibilidade do jornalista de perceber aqueles acontecimentos que podem se tornar notícia, pois se enquadram nos critérios de noticiabilidade e valores-notícia. O saber de procedimento envolve efetivamente as



técnicas de produção da notícia e os da narração, como próprio nome já diz, o modo como a estória será contada.

Então é através destes procedimentos que envolvem a construção da notícia que se organiza e se compõem a maneira como um acontecimento irá ser agendado na mídia e, conseqüentemente, no público. E, seguindo, é através do agendamento que a mídia estabelece e mostra à sociedade os acontecimentos que são importantes e os que não são, destaca assuntos, atrai a atenção para um determinado fato e suas implicações e relevâncias, fixa os temas sobre os quais devem ser conversados, como também qual será o tratamento dado a eles e por quem. (BARROS FILHO, 1995).

Um caminho feito de coragem, dificuldades e façanhas: a trajetória do herói

As mitologias contadas pela humanidade desde tempos imemoriais compreendem uma espécie de roteiro semi-pronto, em que mudam algumas composições da história, entretanto, mantém sempre uma semelhança que pode ser identificada entre essas muitas narrativas. Por isso, diz-se que as histórias de heróis são sempre as mesmas, com apenas algumas diferenciações que provém da cultura e do contexto espacio-temporal.

Seja o herói ridículo ou sublime, grego ou bárbaro, gentio ou judeu, sua jornada sofre poucas variações no plano essencial. Os contos populares representam a ação heróica do ponto de vista físico; as religiões mais elevadas a apresentam do ponto de vista moral. Não obstante, serão encontradas variações surpreendentemente pequenas na morfologia da aventura, nos papéis envolvidos, nas vitórias obtidas (CAMPBELL, 1997, p. 42)

A constante repetição das histórias mitológicas deve-se, segundo Campbell (1997), ao fato de que os símbolos da mitologia estão presentes na psique humana e são os mesmo que compõem os sonhos. Desta maneira, há uma relação muito forte entre os símbolos da mitologia e os estudos da psicanálise, pois na falta de uma mitologia dominante que oriente e norteie a vida das pessoas, como foram os mitos gregos e depois a expansão do cristianismo, “cada um de nós tem seu próprio panteão de sonhos – privado, não reconhecido, rudimentar, e não obstante, secretamente vigoroso” (CAMPBELL, 1997, p.16).

A proximidade entre os sonhos e os mitos decorre do fato de que ambos compõem a dinâmica da psique. A diferença entre eles é que, enquanto os sonhos,



devido aos conflitos do sonhador, distorcem e ocultam as formas que trazem os sentidos daquele momento em que se vive, os mitos trazem respostas e soluções que servem para toda a humanidade.

O inconsciente possui “insuspeitadas cavernas de Aladim”, como define Campbell, nas quais estão mantidos medos, frustrações, desejos que não se quer integrá-los à vida cotidiana. Durante muito tempo eles podem se manter quietos, adormecidos até o momento em que alguma sensação ou situação faça com que “perigosos mensageiros” apareçam no cérebro. Esses mensageiros são considerados perigosos porque ameaçam a tranquilidade e a segurança da vida de todo dia, mas trazem consigo também chaves que possibilitam encontrar aventuras, e, principalmente, indícios que permitam encontrar a si mesmo.

Os mensageiros podem provocar à desintegração do mundo conhecido e construído, mudanças no que se acredita e no que se deseja, fazendo decompor-se, inclusive, a própria identidade dentro dele. Mas, não ocorre simplesmente uma destruição, ocorre, na verdade, uma transformação neste ser, em que ruínas e resquícios servem para fazer renascer um novo mundo e um novo indivíduo que tem às suas mãos uma vida mais completa e sem inquietações.

Com base nisso, ao se analisar os rituais das tribos e civilizações antigas, percebe-se que essas práticas serviam para ajudar as pessoas a atravessar os limites necessários que exigiam transformações no modo de viver consciente e inconsciente, buscando afastar as experiências e relações que faziam parte da vivência anterior à transformação. Para isso eram utilizados os mitos, pois a função primordial deles é “a de fornecer símbolos que levam o espírito humano a avançar, opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a levá-lo para trás” (CAMPBELL, 1997, p. 21)

O herói, a quem se reportam todos os mitos, “é o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas” (CAMPBELL, 1997, p. 28). As inspirações e limitações do herói são oriundas do pensamento humano e simbolizam o meio pelo qual a sociedade pode, constantemente, renascer e vigorar.

O momento que separa o homem comum do herói é, portanto, a jornada que ele realiza em busca de algo, jornada essa também conhecida como monomito. Essa jornada encontra-se segmentada em partes, conforme os antigos rituais de passagem, conhecidas como separação, ocasião em que ele se retira do mundo da vida cotidiana e vai em



busca da sua aventura; iniciação, os primeiros testes e provações pelos quais o herói precisa passar e retorno, a volta para a vida cotidiana, porém, com ensinamentos que devem ser revelados a todos.

A jornada do herói enfoca justamente alguém que está dentro de uma determinada condição em que se encontram muitas outras pessoas, mas este indivíduo sente-se insatisfeito por sentir que lhe falta algo ou por terem lhe tirado alguma coisa. Isso gera, então, uma vontade de buscar o que precisa e preencher este vazio que sente.

Campbell afirma que um herói precisa possuir duas qualidades para iniciar a sua aventura heróica, sendo elas, destemor e realização. O destemor é em relação à morte, condição que está sempre à espreita, buscando um motivo, um erro, uma injustiça. Porém, é o domínio sobre o medo que permite a existência da coragem que busca intensificar e ampliar a vida. A realização sempre vai impelir o herói à atividade, a concretização de algum ato, alguma proeza ou mesmo a disseminação do conhecimento espiritual. Nesse sentido, o herói sempre vai ser aquele que pode ser identificado como alguém que realizou algo ou que alcançou verdades.

Ao se pensar na hipótese do agendamento, obtém-se que um acontecimento torna-se uma notícia pelo seu destaque, pela sua anormalidade, pelo pitoresco, por aquilo que o define como incomum. Então, o herói surge quando a mídia retira uma dessas pessoas para contar algo que ela está realizando em determinado momento da sua vida e que a distingue dos seus iguais, pois este indivíduo possui coragem para concretizar ações e atitudes.

Com isso, parece que o agendamento busca histórias de heróis, busca pessoas que possam ser modelos para a vida das outras pessoas, busca mostrar como é crível desenvolver atividades e criar condições possíveis nas realidades mais diversificadas, em especial as mais inóspitas, desumanas e atrozes. São os casos específicos, aqueles que possuem oculta uma moral, alguma verdade os que servem para ser noticiados.

Considerações parciais: o catador-herói da mídia

A notícia, produto do agendamento, é uma estória, construída e narrada, porém, baseada nos acontecimentos reais. Ela precisa de um acontecimento ou, como diz Charaudeau (2006), é preciso que haja uma ruptura na tranqüilidade do mundo para que exista algo novo, diferente e que mereça ser contado à sociedade. A trajetória do herói também envolve uma estória, geralmente ocorrida de algum acontecimento específico



realizado ou sofrido por alguém que por servir de modelo a vida dos seus semelhantes, ou mesmo da humanidade, deve ser conhecido. Portanto, a relação existente entre o agendamento e a jornada do herói começa no fato de que ambos são histórias, construídas e narradas, com a diferença de que o primeiro possui como referência a realidade, enquanto o segundo, em geral, é ficcional.

Quando a notícia possui “heróis”, ou seja, quando ela destaca e evidencia as glórias e façanhas de um indivíduo, ela vai, então, fazer uma retomada da sua vida e dos caminhos que ele percorreu até o momento presente, contando as provações e dificuldades que ele enfrentou, os auxílios que recebeu e os benefícios e conhecimentos que trouxe e que agora partilha. Tanto a notícia quanto a trajetória do herói só surgem quando alguém consegue realizar algo ou, ao menos, tenta realizar; antes disso não há espaço para eles na vida pública.

O catador, enquanto um indivíduo pertencente ao lumpemproletariado e, conseqüentemente, excluído não é interessante para a sociedade, nada tem a acrescentar para ser declarado público. Porém, quando executa atividades fora da sua ocupação de catação, em que atinge um degrau acima na escala social, mesmo que momentaneamente, ele se enquadra nos critérios exigidos pela mídia para que um acontecimento se torne notícia.

O herói só se torna herói quando consegue realizar algo ou, ao menos, tenta realizar, porque, então, ele precisa ser reconhecido para servir como exemplo para a vida de muitas pessoas. Mas, ao longo da sua trajetória, quando ele está comprometido com a aventura e, por vezes, com a desventura, não há glórias. É preciso que ele retorne da jornada mais sábio e trazendo benefícios que possam ser úteis a todas as pessoas para que ele se torne, efetivamente, um herói e as suas histórias possam ser contadas e recontadas.

Da mesma maneira acontece com o catador na mídia, pois no momento em que o catador se transforma em pauta, então, o que se faz é contar a história dele, como a sua vida se delineou até o momento atual, as dificuldades enfrentadas, os sonhos esquecidos e os realizados, os auxílios que recebeu durante a caminhada e a maneira como enfrenta a vida. A narrativa fornece a ele roupagens de herói.

E, ainda assim, na maioria das vezes, ele é apenas o “gancho” da matéria, pois os problemas relativos ao lixo na cidade, ou os aterros sanitários, ou, ainda, os contêineres são os temas centrais da notícia, mas que acabam sendo relacionados aos catadores. O contexto acaba envolvendo os catadores, fazendo com que haja uma procura pela



identidade destas pessoas, o que faz com que a história do herói seja novamente contada.

E, mesmo quando os catadores são demonstrados como miseráveis ou vítimas de infortúnio, há ainda uma qualificação no sentido de representá-los como heróis, pois são aqueles que buscaram empreender algo e não possuíam as condições, as competências e mesmo as oportunidades necessárias para realizar o intento com satisfação. São, então, os ridicularizados, desprovidos de talento ou bem-aventurança.

Com base na demonstração dos catadores como heróis, acaba-se ocultando a contextualização histórica, as relações socioeconômicas, a estrutura social que os coloca e permite que vivam nessa situação. Pode-se dizer que os olhares não se voltam para os responsáveis, para a reivindicação de que os órgãos públicos precisam buscar uma melhoria na condição de vida destes trabalhadores. Há apenas a demonstração de uma parte da realidade, fragmentada e superficial, originada a partir de um momento específico. A representação deles como heróis desfoca tudo isso para a simples constatação de que essas pessoas, com todas as dificuldades e intempéries, conseguem sobreviver sem buscar meios indignos e indecentes, como a prostituição, a criminalidade e a esmola.

Referências bibliográficas

BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação*. São Paulo: Moderna, 1995.

CABECINHAS, R. & LÁZARO, A. *Identidade Social e Estereótipos Sociais de Grupos em Conflito: Um Estudo numa Organização Universitária*. In: *Cadernos do Noroeste*, vol. 10-(1), Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, pp. 411-426, 1997.

CAMPBELL, J. *O Poder do Mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

ENGELS, F & MARX, K. *Manifesto do partido comunista*. Porto Alegre: L&PM, 2002.

HOHLFELDT, A. *Os estudos sobre a hipótese de agendamento*. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n° 7, novembro de 1997.



MACIEL, F. *Todo trabalho é digno?* Um ensaio sobre moralidade e reconhecimento na modernidade periférica. In: SOUZA, J. (org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MARX, K. *O 18 Brumário e Cartas a Kugelmann*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

MARX, K. *O método da economia política* (Contribuição à Crítica da Economia Política). In: FERNANDES, Florestan (Org.). *Marx Engels: História*. São Paulo: Ática, 1983, pp. 409-417.

McCOMBS, M. *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2006.

TRAQUINA, N. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editora Presença, 1987.

Site

Marxists Internet Archive – Glossary of Terms. Disponível em:
<<http://www.marxists.org/glossary/terms/l/u>>. Acesso em 22 de abril de 2009.