Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.



# A Caracterização dos Catadores de Materiais Recicláveis de Santa Maria no Espaço Midiático[1]

Fernanda Kist BRUSIUS[2]
Rondon Martin de Souza de CASTRO[3]
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

## RESUMO

Esta pesquisa buscou analisar as representações sociais presentes na mídia acerca dos catadores de materiais recicláveis de Santa Maria. Para tanto, buscou-se verificar quais são os estereótipos dos catadores na mídia e avaliar o motivo pelo qual os catadores são objeto de pauta para o noticiário. A metodologia adotada foi a pesquisa de caráter crítico e de análise de discurso utilizando para a coleta de dados a clippagem dos jornais A Razão e Diário de Santa Maria.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídia; herói; representações sociais; catadores.

## Introdução

*Origamis, cestas e bijuterias – todas feitas com material reciclado – chamaram a atenção dos franceses quando os catadores Carmem Machado, Catlen dos Santos e Fabiano da Silva visitaram Paris, no início de dezembro. Lá, eles mostraram a arte que nasce do lixo, deram palestras em escolas e ainda ensinaram o ofício a jovens europeus de baixa renda.*

Esse é um trecho de uma reportagem que saiu no jornal Diário de Santa Maria do dia 18 de janeiro de 2006. A reportagem tinha o objetivo de mostrar os catadores que foram à França para ensinar os objetos que produzem com os materiais que encontram no lixo.

Os catadores de materiais recicláveis de Santa Maria são, em geral, pessoas que ficaram desempregadas e viram no lixo o único meio de sobrevivência. Há cerca de 1200 pessoas que sobrevivem como catadores em Santa Maria. Sendo que há aqueles que trabalham nas associações e os que trabalham no lixão. São realidades distintas, apesar das necessidades serem a mesma.

Com isso, podemos eleger as seguintes perguntas que serão respondidas ao longo deste trabalho: por que os catadores estão presentes na mídia? E como são demonstrados, representados?

---

[1] Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.
[2] Mestranda da Linha de Pesquisa Mídia e Identidades Culturais do Mestrado em Comunicação Midiática da UFSM, email: fernandabrusius@yahoo.com.br.
[3] Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFSM, email: rondon@smail.ufsm.br

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


Através dos principais jornais de Santa Maria, constatou-se que a aparição dos catadores na mídia era muito freqüente. Dentro de um ano, que foi o período estudado (janeiro de 2006 a janeiro de 2007) encontraram-se reportagens e notícias sobre os catadores de janeiro a janeiro, sem a interrupção de um mês sequer.

## O Poder e a Influência da Mídia

A mídia é um pilar de extrema importância no sistema social. Isso devido as manifestações que ela ocasiona. Com a possibilidade de impactar, alterar, reafirmar valores e crenças na sociedade, ela realiza as mais variadas concepções sobre praticamente todos os assuntos. Isso influi determinantemente tanto sobre o perfil dos atores sociais quanto dos receptores.

> Um exemplo na esfera política: desde que entrou no ar, em fevereiro de 1996, a TV Senado alterou em muito o comportamento dos senadores. É que, diante da vigilância de um público potencial de dez milhões de telespectadores, mudou o tom dos debates, tornando-se os discursos mais agressivos e mais cuidadosos no que diz respeito ao apuro lingüístico, à qualidade da informação e à aparência física dos parlamentares (SODRÉ, 2002, p.60).

Percebe-se que os meios de comunicação de massa possibilitam uma mudança de comportamento não somente sobre os telespectadores/leitores/ouvintes, mas inclusive sobre os próprios agentes sociais que estão expostos na mídia. Eles alteram seu comportamento habitual para que as impressões e julgamentos que serão feitos pela comunidade, e mesmo pela própria mídia, não sejam condenatórios.

Em relação aos receptores, Muniz SODRÉ (2002) define o quanto eles são suscetíveis ao que está em voga nos meios de comunicação através do exemplo da novela “O Rei do Gado”. Ele afirma que a novela “chegou a criar uma atmosfera simpática para o Movimento dos Sem Terra (MST), um dos mais significativos movimentos populares do Brasil nas últimas décadas” (SODRÉ, 2002, p.62) e que não possuía uma impressão nada positiva sobre a sociedade brasileira. A novela conseguiu mudar esse conceito, através de personagens comunicativos e a demonstração de problemas humanos. Certamente que um ano depois, o mesmo público não mais simpatizava com o MST.

Entretanto o que é relevante é o fato de que durante a época em que a novela estava no ar, o público se compadeceu dos problemas e da situação dos sem-terra no país. Com

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.



isso, temos um indicativo do quanto a influência da mídia é imperativa e mesmo persuasiva sobre as camadas populares.

Assim, as pessoas acabam por incorporar, inserir aquilo que os veículos de comunicação valorizam como sendo o mais atual e inovador. É como se a sociedade fosse regida pelas aparências, atitudes, opiniões, gírias, configurações positivas ou negativas acerca dos grupos, das classes e das personalidades, tudo embasado no que a mídia transmite. O resultado disso é a sociedade midiatizada.

A sociedade midiatizada é uma transformação da sociedade midiática. E isso tem gerado uma nova percepção do papel dos meios de comunicação: o fato de passarem de suportes a atores,

> Ou seja, os mídias abandonam a clássica posição mediadora, que repousava sobre uma noção de interação de complementaridade com a recepção, ofertando-lhes sentidos sobre um mundo externo, e passam a produzir referências sobre si próprio (NETO, 2005, 2006, p.06).

E a forma como a mídia influencia os demais campos sociais é, especialmente, através do que SODRÉ chama de "agenda coletiva".

> Ancora-se nessa convicção a hipótese (acadêmica) norte-americana da *agenda-setting*, em especial no que diz respeito ao impresso. A palavra *agenda* é, em latim, um particípio futuro passivo: "(as coisas que) devem ser feitas". Agendar é organizar a pauta de assuntos suscetíveis de serem levados em conta individual ou coletivamente (SODRÉ, 2002, p.27).

A *agenda setting* possibilita aos meios de comunicação uma espécie de controle sobre os acontecimentos que serão discutidos na sociedade. Ela faz isso elevando alguns fatos em relevância de outros. Ela constrói uma realidade em que tudo se refere ou se aporta sobre seus temas centrais e cria sobre eles suas próprias conclusões e significações.

Para BARROS FILHO (1995, p.169)

> As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese da *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).

A partir da *agenda setting* se tem uma mídia que não apenas produz opiniões e julgamentos sobre os fatos, mas também,e, principalmente, que seleciona os fatos que serão comentados.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.



## A Mitologia e a Constituição dos Heróis

> O mito é uma narrativa. É um discurso, uma fala. É uma forma de as sociedades espelharem suas contradições, exprimirem seus paradoxos, dúvidas e inquietações. Pode ser visto como uma possibilidade de se refletir sobre a existência, o cosmos, as situações de 'estar no mundo'ou as relações sociais. (ROCHA, 1994, p.07).

Essas afirmações podem ser fragmentadas para se melhor compreendê-las. Ao enunciar que o mito é uma narrativa, ROCHA define que mitos são histórias, lendas que são contadas e passadas às gerações com algum propósito. Em geral, o propósito é a explicação para algum fenômeno, seja ele no âmbito natural ou humano. É uma possibilidade de se pensar sobre aquilo que desconhecemos e que não temos como descobrir, em especial, questões ligadas ao surgimento do mundo, da humanidade e ao término de ambas as coisas.

CAMPBELL declara que os

> Mitos são histórias de nossa busca da verdade, de sentido, de significação, através dos tempos. Todos nós precisamos contar nossa história, compreender nossa história. Todos nós precisamos compreender a morte e enfrentar a morte, e todos nós precisamos de ajuda em nossa passagem do nascimento à vida e depois à morte. Precisamos que a vida tenha significação, precisamos tocar o eterno, compreender o misterioso, descobrir o que somos. (CAMPBELL, 1990, p.05)

O que se torna claro para ambos os autores é que os mitos são a busca de respostas para as perguntas que dominam nossa vida, que são as questões existenciais. Os mitos nos fornecem rastros para entendermos a ordem natural das coisas.

Os mitos podem ser não apenas algo como uma história, uma narração, mas alguém. Pessoas podem se tornarem mitos e ao se tornarem mitos, elas são definidas como heróis. E a função de um herói é ser um arquétipo para a vida das outras pessoas, em especial àquelas que estão na mesma situação/condição, classe, categoria que ele. E CAMPBELL nos determina essa ligação entre mitos e heróis através da seguinte afirmação: "Quando se torna modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna passível de ser mitologizada." (CAMPBELL, 1990, p.16).

Temos aqui, então, a significação é o cidadão comum, que possui seus problemas e suas realizações, sua rotina, que é impelido ou simplesmente resolve buscar algo diferente daquilo que compreende seu cotidiano. "A façanha convencional do herói começa com alguém a quem foi usurpada alguma coisa, ou que sente estar faltando algo entre as

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


experiências normais franqueadas ou permitidas aos membros da sociedade. Essa pessoa então parte numa série de aventuras que ultrapassam o usual, para recuperar o que tinha sido perdido, quer para descobrir algum elixir doador de vida." (CAMPBELL, 1990, p.131, 132).

Podemos utilizar o herói para exemplificar os catadores ao virarem notícia. São pessoas marginalizadas e esquecidas pela sociedade. E que, por vezes, a recuperação do que tinha sido perdido é a própria dignidade. É em busca de uma vida mais decente e de um modo de enfrentar a existência que os catadores buscam alternativas que não apenas a coleta e separação diária do lixo. A partir disso, ao terem dignidade, são também dignos de serem noticiados. Eles possuem um diferencial em relação à totalidade desses trabalhadores e, por isso, têm o que contar.

Essa situação é definida pelo "adágio: Se um cão morde um homem, isso não é nada; mas se um homem morde um cão, isso dá uma história sensacional. Assim, aquilo que acontece repetidas vezes, por mais heróico que seja, não é novidade" (CAMPBELL, 1990, p.132). Ou seja, o trabalho do lixo, por mais benéfico que seja para o meio ambiente e para a sociedade, é algo que acontece todos os dias, defronte a nossas casas, portanto não é novidade. A novidade surge quando se tem um desses trabalhadores fazendo algo que não se espera deles, ao se tornarem artistas, por exemplo.

CAMPBELL (1990) declara que existem dois tipos de heróis: aqueles que têm a possibilidade da escolha de realizar ou não aquilo que se apresenta a eles e os que são lançados ao seu destino. Os catadores se encontram na segunda categoria. Não houve a eles a escolha, precisavam sobreviver e, através do lixo, havia uma maneira. E, então, o lixo se torna para eles a alimentação, o dinheiro e a dignidade.

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 não o define como catador. Quando o indivíduo sai da massa marginalizada e se destaca por fazer algo que muitas outras pessoas comuns fazem e não serve para destacá-las. Porém, o catador está num contexto próprio e diferente para o restante da sociedade.

## Definição das Representações Sociais

As representações sociais surgiram da psicologia social e das ciências sociais. Durkheim, um dos fundadores das ciências sociais na França, possuía uma conceituação sociológica da psicologia social. Ele cunhou o termo "representações coletivas", que

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


designava e englobava fenômenos como a religião, os mitos, a ciência, as mágicas, as categorias de espaço e tempo (SPINK, 2004).

Mais tarde, o psicólogo social francês, Serge Moscovici, utilizou a conceituação de Durkheim e transformou a teoria das representações coletivas em teoria das representações sociais. Isso porque para Moscovici, o estudo das representações coletivas de Durkheim, era mais apropriado num contexto de sociedades menos complexas. "As sociedades modernas são caracterizadas por seu pluralismo e pela rapidez com que as mudanças econômicas, políticas e culturais ocorrem" (GUARESCHI, 1995, p.35). Então o conceito de representações coletivas já não cabia mais aqui.

As representações sociais são imagens, conceitos, definições, idéias, comparações que a sociedade cria sobre qualquer espécie de objetos ou pessoas. São (re) interpretações da realidade. Para MOSCOVICI a representação social é vista como um processo público de criação, elaboração, difusão e mudança do conhecimento compartilhado no discurso cotidiano dos grupos sociais (2003). Um processo público porque é a própria comunidade/sociedade que a constrói e que se está alocado dentro do nosso dia-a-dia. O que ocasiona que vivenciamos esse fenômeno e nem o percebemos.

Palavras, expressões, pessoas, gestos, fenômenos só se tornam representações sociais quando outras pessoas compartilham da mesma idéia. Assim, as representações são maneiras de pensar que são utilizadas para que possamos nos comunicar com um grupo, uma classe, uma sociedade.

As representações sociais buscam aproximar aquilo que não compreendemos ou que é inovador. Para isso, associam sempre uma imagem a um conceito e um conceito a uma imagem. MOSCOVICI (2003, p.39) nos exemplifica dizendo que a palavra "neurótico", por exemplo, é uma idéia associada à psicanálise. E conseguimos visualizar alguém assim denominado como uma pessoa egocêntrica e patológica. De outra forma, a palavra trás à mente um herói clássico e um conceito. Se pensarmos agora, nas representações dos catadores de materiais recicláveis, podemos ver o quanto isso fica mais claro. Quando se fala em catador, à imagem que surge é a de uma pessoa maltrapilha, puxando um carrinho nas costas, geralmente de boné, com chinelos de dedo, remexendo no lixo. Nossas idéias sobre estes trabalhadores são de pessoas desempregadas, preguiçosas, mal-educadas e até perigosas para a sociedade. Essa imagem unida a esse conceito traduz o princípio ativo das representações.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


MOSCOVICI (2003) nos diz que há algumas coisas bastante óbvias que nós não conseguimos ver. "É como se nosso olhar ou nossa percepção estivessem eclipsados, de tal modo que uma determinada classe de pessoas seja devido a sua idade – por exemplo, os velhos pelos novos e os novos pelos velhos – ou devido a sua raça – p. ex. os negros por alguns brancos, etc. – se tornam invisíveis quando, de fato, eles estão 'nos olhando de frente" (MOSCOVICI, 2003, p.30).

Essa realidade pode ser comparada à dos catadores de materiais recicláveis. São trabalhadores que facilmente encontramos ao andar na rua e que nunca percebemos. São pessoas que fazemos questão de "não ver", de não observar, de não conversar. Muitas vezes até, trocamos de lado na rua para não precisar passar por eles.

> Essa invisibilidade não se deve a nenhuma falta de informação devido à visão de alguém, mas a uma fragmentação preestabelecida da realidade, uma classificação das pessoas e coisas que a compreendem, que faz algumas delas visíveis e outras invisíveis" (MOSCOVICI, 2003, p.31).

Entretanto, é a mídia, hoje, que nos faz olhá-los de frente. A mídia dá visibilidade, dá importância ou não, cria um contexto para esses grupos, para classes, pessoas que são excluídos da sociedade. Ela nos trás seus problemas, suas realidades, nos conta quem são. E, com isso, reporta-os para a nossa realidade. Quando percebemos, estamos comentando sobre os catadores e a coleta seletiva porque os meios de comunicação estão continuamente falando deles.

Trazendo isto para as representações sociais, pode-se afirmar que a mídia possui extrema importância no entendimento e na (re) construção das ações sociais. A forma como ela noticia algum acontecimento, o próprio uso de algumas palavras em detrimento de outras, o tipo de imagem utilizado, o espaço destinado à reportagem/notícia nos jornais ou mesmo nos telejornais, tudo isso influencia positiva ou negativamente a relação de algum objeto, fenômeno, pessoas, grupos, nações com a sociedade.

Não que a sociedade não teça suas próprias construções sobre os fatos. Mas o que ocorre é que eles, muitas vezes, acabam sendo levados até a comunidade somente (ou primeiramente) através da mídia. Isso porque são realidades que não são vivenciadas pelas pessoas comuns rotineiramente ou porque esta realidade só vai ser percebida quando explanada pela mídia. O resultado disso é que as primeiras impressões, conceitos e julgamentos serão os da mídia. Podemos dizer que com os catadores é

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


assim. O que conhecemos sobre eles veio até nós através dos jornais e da televisão, praticamente.

Para sintetizar, o que está em pauta na comunidade é o que está na mídia. E a impressão que se tem disso é o que a mídia está dizendo. Os meios de comunicação podem determinar nossa percepção sobre os fatos, normas e valores da sociedade.

**Considerações Finais**

Os catadores de materiais recicláveis de Santa Maria são vistos pelos jornais "A Razão" e "Diário de Santa Maria", especialmente, sob o aspecto positivo e o negativo. Ao serem analisados dentro do aspecto positivo, percebemos que, geralmente, o discurso está atrelado a um projeto ou alguma instituição. Quando os catadores são vistos como pessoas produtivas e não apenas como problemas, geralmente há algo ou alguém servindo de base para essa imagem.

É o que acontece com o Projeto Catando Cidadania, da Prefeitura de Santa Maria. O Projeto ensina aos catadores outras formas de ofício com materiais provindos de sua coleta e várias expressões de arte. Com isso, sempre que os catadores aparecem ligados ao Projeto, estão sob um enfoque positivo. Deve-se isso ao fato de que a imagem e legitimidade do Catando Cidadania se beneficia da imagem positiva desses trabalhadores.

Há também situações em que eles são vistos de uma maneira favorável, porém estão sendo instrumentos de demonstração de que o Poder Público não realiza suas práticas. Servem, então, para fazerem uma crítica ao que poderia estar melhor ou o que poderia estar ocorrendo e não está.

Enquanto eles possuem uma imagem positiva na mídia são vistos como cidadãos, que realizam algo pelo bem de todos que não precisariam fazer, como artistas, que cantam, representam e produzem artesanato, como pessoas criativas, que enfeitam seus veículos de trabalho com originalidade, como trabalhadores esperançosos, que acreditam no futuro. Nenhuma reportagem fala simplesmente sobre a atividade de catador. Para que eles sejam notícia, precisam sair da realidade da coleta e separação e se destacar por algo diferente do que se espera de um catador.

As representações negativas dos catadores de materiais recicláveis geralmente aparecem nas notícias quando eles são o tema central, ou seja, quando não há ninguém por detrás deles. Então, eles são vistos como abandonados, pela Prefeitura, como um problema,

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.


para si próprio, para o Poder Público, para a sociedade, como miseráveis, enquanto pessoas necessitadas de melhores condições de moradia, alimentação.

Nota-se que a maioria das reportagens que enfocam um lado negativo acerca dos catadores, estão atreladas ao Lixão da Caturrita e ao Horto Municipal. Na situação em que os catadores foram enviados para o Horto, há uma descaracterização da sua razão de ser. Ao serem enviados para este local de trabalho, não são vistos mais como catadores, pois lá vão desenvolver outros trabalhos além da coleta e separação do lixo. Isso fica claro pela presença da denominação de "ex-catadores" observada em alguns jornais.

O catador, exercendo a sua atividade diária através da busca e coleta do lixo que pode voltar à sociedade transformado em algo novo e útil, eles são, para a mídia, pessoas excluídas que nada têm a mostrar. No momento em que eles fazem algo que não os identifique mais como esses trabalhadores excluídos, então há espaço para eles no noticiário. O que determina quando eles podem ser interessantes para estarem nas páginas de um jornal, por exemplo, são questões em que a resposta está na teoria do agenda setting.

Quando a temática catador passa a ser pertinente a estar dentro do noticiário (a partir das condições expostas acima pelo agenda setting), eles são enfocados geralmente sob outra ótica que não a de pessoas que vivem a catar lixo. Porque eles saem do seu universo de meros trabalhadores que sobrevivem do lixo, como outros tantos e passam a fazer algo que seja surpreendente para um catador. É similar a trajetória do herói.

O herói não é uma pessoa comum, é alguém que saiu de uma condição para buscar algo melhor. Alguém que não estava satisfeito, alguém que não pode mais ser caracterizado por ser o que era antes e sim por ter feito algo grandioso esperado para as pessoas que tinham a mesma condição que ele.

Pode-se, então, deduzir que a mídia deseja heróis. Ela busca pessoas que façam algo diferente. E quando os catadores vão para a França mostrar o que sabem fazer, produzem uma peça de teatro, tapam os buracos de uma rua ou são transferidos do Lixão para algum outro lugar, então eles podem se tornar atraentes para a sociedade. A partir daí, eles compõem o contexto necessário para estar na mídia. Eles são heróis. Mesmo quando desvalidos de sorte, no contexto do Horto, são heróis que não conseguiram alcançar o que desejavam.

## REFERÊNCIAS

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.



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

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

GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. *Textos em Representações Sociais.*5.ed.Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

MOSCOVICI, S. *Representações Sociais:* investigações em psicologia social.4.ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

NETO, A. *Midiatização, prática social – prática de sentido.* Trabalho apresentado no Encontro da Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre Midiatização, UNISINOS. PPGCC, São Leopoldo, 2005,2006.

ROCHA, E. *O que é mito?*7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SPINK, M. J. *O Conhecimento no Cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo: Brasiliense, 2004.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.