

IDENTIDADE, DISCURSO E PODER DO MORADOR DE RUA: A CONSTRUÇÃO DE UMA UTOPIA ATRAVÉS DO JORNAL “AURORA DA RUA”

José Gomes Filho

RESUMO: Busca compreender como o morador de rua se significa como sujeito a partir dos textos do jornal "Aurora da Rua" (street papers), cuja produção e venda são feitas pelos próprios moradores de rua da comunidade da Trindade, na cidade baixa, em Salvador (Bahia). Na materialidade dos textos e das imagens, identificar o ethos discursivo: a imagem que o morador de rua faz de si mesmo. Usando as ferramentas teóricas da Semiótica e da Análise do Discurso da linha francesa de Michel Pêcheux, descreve a formação discursiva que legitima a visibilidade do morador de rua numa sociedade cuja representação social se caracteriza pelo apagamento, pela humilhação deste sujeito.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade, Discurso, Poder, Mídia, Exclusão

1 INTRODUÇÃO

Há uma representação social institucional de que os moradores de rua são maltrapilhos, alcoolizados, sujos, que residem sob marquises, pontes, viadutos, sujeitos ao abuso de drogas, à exploração da sexualidade, da mão de obra barata associada à cata de materiais de reciclagem (papelão, latas, garrafas pet, etc.) e à violência urbana. Segundo depoimentos, a hora mais terrível para eles é a noite, porque não dormem, apenas cochilam com medo de perversidades como uso do fogo, de tiros, de atropelos para delírios de alguns psicopatas que suportam a diferença no convívio social.

Para reconhecer as representações identitárias deste grupo social excluído (“Homens invisíveis”), que aparentemente não detêm um discurso, esta pesquisa buscou concentrar-se numa comunidade de moradores de rua (“Comunidade da Trindade”), situada na cidade baixa, mais precisamente na Av. Jequitaia, perto da Feira São Joaquim, porque eles produzem e publicam um jornal de rua (*street papers*), intitulado “AURORA DA RUA”, bimensal, com oito páginas.

O objetivo da pesquisa é analisar os textos narrativos ou opinativos bem como as imagens (fotos, tirinhas, colagens) de alguns números mais representativos do jornal e/ou eventuais entrevistas para identificar as representações que os moradores fazem de si mesmos antes ou após recolhimento pela comunidade, as representações que fazem

sobre os outros (a sociedade, voluntários, pesquisadores), sobre o próprio jornal que os torna sujeitos devido à aquisição de uma renda, sobre temas como gastronomia, moda, amor, sexualidade, família, religião, passado, futuro, que se relacionam com o existir de pessoas que estão em situação de rua. Não é trabalho etnográfico, nem sociológico, pois não nos interessa saber as razões que os levaram a viver na rua como conflitos familiares, desemprego, problemas psiquiátricos e/ou abuso de drogas.

É uma pesquisa qualitativa, de natureza linguístico-aplicada interdisciplinar, porque vai se preocupar em descrever a formação discursiva que legitima aquilo que diz ou que faz como traços singulares da identidade do morador de rua (Análise do Discurso da linha francesa de Michel Pêcheux), em identificar as representações sociais a partir da análise dos signos verbais ou não verbais, usando as ferramentas das estruturas profunda, narrativa e discursiva da Semiótica (Greimas), em demonstrar a importância da visibilidade do discurso de morador de rua como contradiscurso (de resistência) a um discurso hegemônico construído a partir de preconceitos, de herança histórica iluminista que faz questão de ignorar aquilo que não lhe é igual (Certeau).

Não há ainda resultados a apresentar, porquanto a pesquisa se encontra num estado inicial, na fase de coletas de dados, fichamento de textos, preparação teórica dos voluntários e/ou alunos pesquisadores,

classificação das seções, atendendo aos objetivos propostos no projeto apresentado e aprovado pela instituição de ensino a que estamos vinculados.

2 OBJETIVOS

Busca-se identificar, na materialidade dos textos verbais ou não verbais, traços do discurso de poder do morador de rua, como forma de construir uma identidade capaz de lhe dar visibilidade numa sociedade de consumo que faz questão de negá-lo como pessoa. Não é a inclusão jurídica, dando-lhe carteira de identidade ou cartão de pessoa física (CPF) ou instrumentalizando-o na defesa de seus direitos e deveres, que vai constituir a verdadeira representação identitária do homem em situação de rua. Este discurso aparentemente humanista e legalista dissimula um objetivo: tornar os homens “invisíveis” em cidadãos iguais aos outros sem garantia de emprego, de acesso à educação. É a vontade de ver a cidade livre da sujeira, da violência e das drogas, sem respeitar aquilo que os singulariza como indivíduos no mundo (“Posso ser você desde que eu seja o que sou”).

Identificar, neste esforço de descrever o funcionamento discursivo que permeia o jornal, a matriz ideológica que legitima as práticas sociais vividas na Comunidade da Trindade bem como a produção de sentido(s) dos textos jornalísticos, capaz de significar uma representação pós-moderna (HALL, 2005), valorizando as diferenças e o descentramento do sujeito cartesiano ou sociológico.

A matriz ideológica se encontraria na visão neoconstitucionalista de que qualquer interpretação de fatos jurídicos não pode esquecer o capítulo V da Constituição Brasileira de 1988 que prescreve os direitos da “dignidade humana”, dando voz a quem era excluído (Estatuto da Criança e do Adolescente, Estatuto da Igualdade Racial, Lei Maria da Penha, União estável de homossexuais, etc.)? Teria origem no Decreto Federal nº 7.053/2009 em que o governo define os moradores de rua como pessoas “em situação de rua” ou nos ensinamentos religiosos, advindos da leitura constante do Evangelho, porque alguns religiosos

convivem, em igualdade de condições, com os moradores de rua?

No mundo dos múltiplos saberes, mostrar à comunidade científica um conhecimento que não se conhece, pois advém de práticas sociais sem respaldo de frias estatísticas, de métodos positivistas, que desconhecem o humano, o inusitado das individualidades. O próprio morador de rua desconhece a origem daquilo que diz, porque estas informações já estão no inconsciente (“intradiscurso”) ou na memória discursiva. O próprio pesquisador também não conhece esta matriz, porque não é um morador de rua: desconhece o conhecimento anterior advindo da experiência de existir como excluído, não sabe os “pré-conceitos” que orientam o sujeito a compreender e a interpretar textos (GADAMER, 2005)

Também existem objetivos mais pragmáticos como estimular a atividade de pesquisa científica entre os jovens, incentivá-los às atividades de ensino e de aprendizagem, valorizar a linguagem como forma de o sujeito ser e estar no mundo, estimular a produção textual no emprego de diferentes gêneros textuais. Num sentido fenomenológico, há a preocupação de, analisando as diferenças discursivas e sociais, todos envolvidos na pesquisa se descubram em suas respectivas identidades a partir do outro.

Com a ajuda de voluntários, é possível que a pesquisa ofereça subsídios para que se transforme o atual impresso em uma versão *online*, renovando o atual site (www.auroradarua.org.br) para que obtenha mais visibilidade tanto em termos nacionais como em termos internacionais, como já funcionam o “BOCA DE RUA” (Porto Alegre), “O TRECHEIRO” (São Paulo), “PIAZZA GRANDE”, “TERRE DI MEZZO” (Itália), “L’INTINÉRAINE” (Canadá), etc.

3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Há 10 anos moradores de rua invadiram o espaço da Igreja da Trindade (Água de Meninos) cuja propriedade é da Arquidiocese de Salvador. Ficaram até então com a permissão do ex-Cardeal Dom Geraldo. O jornal nasceu em dezembro de 2006, data em que circulou o número zero;

três meses depois, circulou o número 01 que foi distribuído para disseminação da proposta entre formadores de opinião, representantes de organizações não governamentais e membros da igreja (CELESTINO, 2004).

Os moradores de rua atuam tanto na produção como na comercialização do jornal. São personagens de matéria e contribuem na discussão e escolha de pautas e na elaboração do conteúdo em si, através de oficinas de texto e de arte promovidas em espaços públicos como praças ou largos (Largo de Roma, a Estação do Aquidabã) por voluntários, entre os quais jornalistas profissionais como Ingrid, Vanessa e Íris, a designer Souza (Fernanda) e a secretária do jornal (Vânia). A respeito dos vendedores do jornal, Celestino (2008, p. 10) descreve:

Ao ingressar, cada jornaleiro passa por um curso de uma semana para treinamento sobre vendas e noções de cidadania, recebe uniforme (colete, boné e bolsa com logomarca) e crachá de identificação, e ganha dez exemplares cuja venda vai assegurar a aquisição de novas unidades posteriormente. Depois, têm acesso às oficinas e às sessões quinzenais com psicólogo; à atividade para recuperação do abuso do álcool e de drogas ilícitas; à orientação e ao auxílio para resgate do vínculo com a família e emissão de documentos; e à capacitação para negócios através de encontros mensais com empresários. Em contrapartida, compromete-se em respeitar um código de conduta aprovado pelo grupo, que traz regras, como obrigatoriedade de trabalhar sóbrio.

As informações, os perfis, as poesias, a fotografia e os depoimentos abordam o universo da população de rua em diferentes gêneros textuais, distribuídos em diferentes seções do jornal como “editorial, matéria da capa, cartas da rua, diversos da rua, código de conduta, aurora notícias, brilho da aurora, arte na rua, tirinha da rua.” O objetivo é analisar fatos, ideias, que se relacionam a temas como educação, saúde, habitação, preconceito, direitos e deveres, violência, que tratam da rotina deles nas praças, nos viadutos, edificações abandonadas,

realçando a beleza, a criatividade dos sem-tetos, de maneira que se restitua a sua dignidade.

O periódico é bimensal, com oito páginas coloridas, em formato tablóide que busca tornar “visível e audível, a face e a voz daqueles que muitas vezes são pouco vistos e pouco ouvidos na sociedade”¹

Como diz o coordenador e membro do Conselho editorial do projeto, Irmão Henrique Peregrino: “Escolhemos falar da rua dentro do jornal, a partir de um ângulo diferente do que ‘A Tarde’, ‘Correio da Bahia’ falam em que o povo de rua aparece em condição de miséria. A gente sabe da miséria, mas sabe também de toda beleza, das coisas boas que existem na rua.”

4 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Não nos interessa apenas a análise linguística dos textos do jornal, mas a construção do discurso, não no sentido de entender a mensagem ou a informação entre os locutores, nem a simples a organização de vocábulos numa sentença. Segundo Pêcheux ([1969], 1997), o discurso não é transmissão de informação, mas efeitos de sentidos entre os interlocutores, considerando o funcionamento social, a situação e o contexto histórico-social em que é produzido. Quando se diz algo, alguém o diz de algum lugar da sociedade para outro alguém de algum lugar da sociedade e isto faz parte da significação (ORLANDI, 2003).

É importante ressaltar que a noção de sujeito na Análise do Discurso não coincide com o sujeito empírico ou o sujeito gramatical da linguagem. Os sujeitos do discurso são interpelados, por “formações discursivas” que seriam “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada, determinada pela luta de classe, determina o que pode e não deve ser dito” (PÊCHEUX, 1997, p.160). Este conceito nos permite pensar que as palavras não possuem sentido nelas mesmo, derivam de sentidos de formações discursivas em que se inscrevem.

Neste sentido, os moradores de rua,

¹ Aurora da Rua, nº 1, Ano I. Salvador: Aurora da Rua, mar. Abr. 2007

quando dizem o que dizem através das imagens ou das palavras, o fazem por obediência a uma formação discursiva de cunho ideológico que legitima esta prática social e discursiva, pois o discurso é resultado de outros discursos inscritos na memória (interdiscurso) na qual o indivíduo não tem consciência (esquecimento ideológico).

Ora, o sujeito do discurso, diante da formação ideológica a que se vincula pode adotar diversas modalidades de convivência: total assujeitamento sob a forma de livre consentido, pois revela total identificação do sujeito com o ideológico (bom sujeito); outra possibilidade seria o discurso do “mau sujeito” em que o sujeito da enunciação se volta contra o sujeito universal (distanciamento, dúvida, questionamento, contestação, revolta), mas sonha em continuar vinculado à formação discursiva dominante (contradiscurso); e a última modalidade se caracteriza pela total desidentificação com a formação discursiva anterior e parte para um trabalho de transformação-deslocamento de outra formação discursiva contrária (antidiscursos).

O jornal “Aurora da rua”, como mídia alternativa, dentro de uma sociedade capitalista em que predominam as relações de produção e de consumo, certamente não apresenta em seu discurso uma modalidade de cooperação, de identificação com a mídia hegemônica, baseada no mercado, vivendo da publicidade e das injunções político-econômicas. A concepção que os moradores de rua demonstram em suas páginas sobre a moda, a comida, as festas, considerando a imagem que fazem de si mesmos, não se impõe, à primeira vista, como um antidiscursos no sentido de querer substituir a representação social dominante, que só teria sentido numa possível postura revolucionária. Da mesma forma como aconteceu com a contracultura dos anos sessenta (movimento *hippie*) ou o com movimento funk, o jornal “Aurora de rua” apresenta um contradiscurso em que os homens em situação de rua não descartam a possibilidade de inclusão social e discursiva (Decreto-lei nº 7.053/2009), mas não aceitam que a sociedade desconheça os valores que os singularizam como uma identidade de um grupo social de exclusão.

A semiótica francesa de Greimas pode ajudar-nos também na construção desta representação social da Comunidade da Trindade através dos textos verbais e, sobretudo, os não verbais, porque o jornal apresenta muitos relatos, notícias, imagens, objetos passíveis de se identificar o(s) sentido(s) do texto a partir de um percurso gerativo. Neste processo, o sujeito (morador de rua) busca um objeto de valor (reconhecimento do seu discurso), o que pode acontecer ou não. Há quatro anos que não desiste, a cada número, o desejo de manipulação consciente ou inconsciente, que aparece na forma de tentação (ideias novas), sedução (jornal colorido), provocação (invisibilidade social) e intimidação (ação de resistência). Tudo isto acontece porque é movido pela competência do querer (enunciação de estado) que se transforma num “querer-fazer”, por isso o jornal existe. Além disso, nasce da consciência de um “dever”, pois o morador de rua é também cidadão e tem que lutar por sua visibilidade social (dever-fazer) e isto significa a ação.

Estas duas modalidades (querer/dever) ficam no terreno da possibilidade. Por isso, convém que se desenvolva o saber (conhecer como se faz o jornal, os textos, como vender) num “saber-fazer”, fazendo as oficinas de texto na rua, imprimindo o jornal, fazendo palestras nas escolas e nas universidades. Só desta maneira, o morador pode ter a sensação de “poder”, pois tem um discurso, que não está só no nível da consciência de sujeito, mas na construção de uma prática social de transformar o mundo (“poder-fazer”).

O fato de estar participando de eventos científicos é a demonstração deste poder-fazer, de uma mídia alternativa que tem luz própria como uma representação objetiva de um grupo social que, normalmente, a sociedade concebe como sem brilho, exemplo de sujidade, de violência. O discurso dominante coloca o morador de rua na escuridão das ruas, das marquises (noite, lua, símbolos do jornal), entretanto ele acredita no sol (“Aurora da rua”) na forma de contradiscurso devido a valores como solidariedade, amor, cumplicidade que se opõem ao individualismo, à competição, à corrupção da sociedade contemporânea.

Com apoio de Certeau (2011), pode-se revelar que, ao lado do discurso dominante, existem práticas sociais como a cultura popular, o artesanato, a arte, que não seguem as regras hegemônicas, por isso são livres para inventar o cotidiano e desenvolver a arte de fazer. “Esses modos de proceder e essas astúcias de consumidores compõem, no limite, a rede de uma antidisciplina.”

O jornal “Aurora da Rua” assim se caracterizaria como uma prática desviacionista, porque foge aos padrões de produção de uma mídia convencional, às regras e às hierarquias de um saber científico numa sociedade pós-moderna. Isto significa usar táticas cotidianas para realizar uma arte “ordinária” em que se constrói uma escritura no sentido deleuziano, retornando a ética, o prazer e invenção à instituição científica.

5 ANÁLISE DE TEXTOS

O conceito de representações sociais, aqui circunscrito aos textos do jornal AURORA DA RUA, se vincula à linguagem dos textos ou das imagens onde se podem “encontrar as representações de mundo, como o homem enfrenta e organiza a vida em sociedade, interessa ver de onde provêm, como se constituem, como se articulam estas representações até aparentemente contrárias ou contraditórias” (MACHADO, 2003). O exemplar do jornal nº 7, apresenta esta manchete de capa *Vende-se jornal: compra-se vida nova: Aurora da Rua completa um ano mudando a vida dos vendedores e superando preconceitos*, rodeada de fotos de vendedores alegres e sérios.

Os sentidos não advêm da literalidade das palavras ou das imagens, pois isto seria fazer análise de conteúdo: buscar as informações dos textos. Quando o morador/vendedor diz: “Com o dinheiro das vendas, consegui sair do albergue e alugar a minha casa. Agora, além de emprego, documento e referências, eu também tenho um endereço” (Denilson Correa, vendedor do jornal há 10 meses), ele não é senhor deste dizer; a imagem vitoriosa que faz de si mesmo advém de uma formação discursiva, cujos valores se baseiam no respeito à condição humana, não importa se ele é morador de rua, cadeirante, pobre ou idoso.

Aqui não se fala de miséria como fazem as representações da sociedade dominante.

Na matéria da capa: “Uma Aurora de oportunidades” (p.4) há um texto coletivo:

Há um ano, o jornal Aurora da Rua trilha um caminho profético que revela a beleza do povo da rua ao mesmo tempo em que o reintegra à sociedade. E, sem dúvida, o vendedor é a pessoa mais importante para que a missão social do projeto se cumpra e prossiga com prosperidade. É ele que permite o encontro do leitor com o jornal e, a partir disso, obtém lucros e concretiza objetivos. Carlos Eduardo foi vendedor durante dois meses. Tempo suficiente para Cadu, como é conhecido, juntar dinheiro e retornar para a família em São Paulo. O projeto proporciona isso: os vendedores são capacitados para atingirem metas pessoais e para serem inseridos no mercado de trabalho.

Observe que, neste texto, há duas vozes: um enunciador descrevendo e opinando sobre as conquistas do vendedor do jornal (beleza do povo, reintegração à sociedade), que falaria em nome daquela “formação discursiva” citada antes; e outra voz, que é o depoimento dos próprios vendedores, confirmando as observações do enunciador. Além disso, veja como a expressão corporal de cada um deles ratifica a formulação discursiva. Maingueneau (2004, p.95) já dizia: “O corpo é o fiador do discurso.”

Na edição nº 12, o jornal “Aurora da Rua”² apresenta um tema: “Vamos comer fora? Conheça os segredos da culinária que é feita fora de casa por cozinheiros supercriativos: o povo da rua”. Como ilustração, há um senhor junto a uma mesa colorida na rua, junto ao seu carrinho num formato de geladeira, que carrega um fogão portátil, o qual lhe dá liberdade para cozinhar, fazer o café ou o almoço em qualquer lugar.

Alimentar-se, na rua, não significa só satisfação de apetite como forma de acabar com a fome, mas também um momento de

² Aurora da Rua, Salvador, Ba, fevereiro/março 2009, Ano 3, nº 12

união através de uma refeição feita de improvisos, de criatividade. O modo de cozinhar do povo da rua revela seu próprio estilo de vida. “Mas como a precariedade não é maior do que o engenho dos moradores de rua, eles sempre reaproveitam o que encontram para substituir aquilo que precisam” (p.4). Segundo Robson: “Transformamos garrafas pet em vasilhas, latas em panelas, recuperamos verduras caídas das barracas de feira. Nada se perde em nossas mãos.”

Nestes enunciados, há um discurso de um sujeito que não se deixa assujeitar-se àquelas representações de que, por ser morador de rua, deve comer restos de comida deixados nos latões de lixo ou nos aterros sanitários; ao contrário, impõe-se a um novo patamar de sentidos: a comida, às vezes, advém da boa vontade daqueles que têm sentimento de caridade, mas, na maioria das vezes, advém da própria iniciativa deles. Esta nova representação sobre a gastronomia do homem de rua possui um conhecimento cuja fonte é a prática social de estar e viver na rua, que é responsável pela construção de sua identidade como um grupo social que sobrevive na exclusão. Segundo Elias, com a experiência de quem já provou muitas comidas de rua diz: “É melhor do que comida de restaurante porque rende, você se serve à vontade e sai mais barato.” Esta imagem que ele faz de si mesmo e da própria alimentação da rua não povoa as descrições científicas das academias universitárias, nem os projetos sociais dos governos.

Apesar de pesquisar estar interessada em descrever este funcionamento discursivo, identificar as condições de produção, percebe-se a presença de uma formação discursiva que legitima esta cadeia de sentidos. Não há ainda observações precisas que possam determinar a profundidade, a circunscrição de sua influência. Desconfia-se de que exista um conhecimento de natureza ideológica de origem interna e externa que singulariza a produção dos textos do jornal “Aurora da Rua” em relação aos seus similares no país ou no exterior.

Na edição nº 02, o mesmo jornal escolheu a moda como tema: “Puro Estilo! Roupas, decoração, gastronomia, enfeites... O povo da rua mostra as suas preferências e

o estilo presente na sua maneira de viver”³. O jeito fashion de se sentir gente, vivendo nas ruas.

“Fazer-se bonito e imprimir o seu jeito na maneira de vestir, comer, morar e divertir-se é revelar a sua identidade.” (Editorial). Seja nas ruas, seja nos albergues, seja no trabalho diário, o morador de rua se preocupa com a roupa, os adereços, um estilo de viver que pode ter tanto marcas pessoais como influências do espaço em que vivem. “Eduardo Mário da Silva, conhecido como Dudu, tem 35 anos e um estilo de vida bem próprio. Com aparência calma e sorridente, confessa que gosta de estar na moda, com roupas bonitas e bem atuais” (p.4). Na matéria da capa, há uma frase de Chanel que bem resume o significado da moda para o homem da rua: “O Menos é Mais”. Em relação às moradoras de rua, são vaidosas. “Gosto de tudo a que tenho direito: maquiagem, me vestir bem, blusa social. Gosto de arrumar o cabelo e tenho uma tatuagem no braço” revela Maria José. Com olhar feminino, Edilene confirma: “O primeiro dinheirinho que ganhei com a venda do jornal usei para comprar brincos”.

Estas enunciações não produzem sentidos na transparência dos enunciados, mas nas entrelinhas em que a linguagem, o simbólico, se encontra com o histórico, pois este discurso do morador de rua é feito a partir de uma formação imaginária que ele faz de si mesmo, considerando o aqui e o agora, mas também a realidade histórico-social em que vive e a posição social e discursiva da qual ele diz o que diz aos outros. Por isso, não existe gratuidade nas afirmações dos moradores, porque o seu discurso decorre de outros discursos, inscritos na memória (interdiscurso) ou na matriz ideológico-institucional.

A construção desta subjetividade do morador de rua não é homogênea para todas as comunidades de Salvador, apenas para aqueles que vivem e convivem na Comunidade da Trindade e cumprem a função de serem vendedores do jornal. Esta identidade não nasce de um sujeito metafísico ou sociológico, segundo Hall (2005), mas de um sujeito múltiplo,

³ Aurora da Rua, Salvador, Ba, maio/junho/ 2007, nº 2

deslocado, que pode assumir diferentes papéis como se fosse um ator. Pela Constituição, ele é um cidadão, que vive num Estado de direito, mas, simultaneamente, é um ser excluído sem nenhum direito, que vive, na pele, o estigma da rejeição social, mesmo que tenha um discurso ou um conhecimento capaz de transformá-lo num sujeito ativo e responsivo na sociedade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sente-se a importância hoje de se pesquisar, na mídia alternativa, as vozes de uma população, em nome da qual se exerce um poder, que a exclui de qualquer visibilidade, sobretudo, o morador de rua. Como há escassez de respostas para tantas questões e hipóteses, a pesquisa se torna uma atividade instigante da qual se esperam resultados mediatos e imediatos para a sociedade.

É importante repensar o conhecimento das práticas culturais fora do circuito do consumo/produção como práticas discursivas de valor (cultura popular, *funk*, pagode, fanzines, jornais comunitários) numa sociedade pós-moderna em que a identidade se constrói num processo de constante deslocamento entre o individual e o coletivo. Pela incapacidade de o Estado, como instância de poder, resolver todos os problemas, estas formulações identitárias constroem um micropoder de resistência e/ou contestação diante daquilo que insiste em ser hegemônico.

Como pesquisa qualitativa, há a necessidade de um distanciamento do objeto da pesquisa, evitando deixar-se dominar pelo envolvimento subjetivo com os moradores ou os voluntários que ajudam a produção do jornal "Aurora da Rua". Além da análise dos textos e das imagens, não se pode desprezar os depoimentos ou entrevistas com os atores desta mídia alternativa.

É um farto material a exigir um esforço de reflexão e de estudo, pois existe uma preocupação com a iniciação à pesquisa científica de alunos de nível médio e superior do Instituto Federal da Bahia. Ao lado do labor científico em si, há também um objetivo pedagógico de possíveis aplicações dos conhecimentos científicos na formação dos alunos.

7 REFERÊNCIAS

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Arte de Fazer. 17. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2003.

PÊCHEUX, Michel (1969). Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F. e HAK, T. (Orgs). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Pêcheux. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

CELESTINO, Mônica. **Imprensa de rua alvorece em Salvador (Ba)**: breve relato da experiência do jornal *Aurora da Rua*. Salvador: Ufba, 2008.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e Método**: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1973.

MACHADO, Rosa Helena Blanco. **Vozes e silêncios de meninos de rua**: o que os meninos de rua pensam sobre as nossas instituições. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ANGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

8 DADOS DO AUTOR

JOSÉ GOMES FILHO

IFBA - Campus Salvador

jgzero@ig.com.br