

## **VIDA DE JORNALEIRO: OBSERVAÇÃO ETNOGRÁFICA EM BANCAS DE REVISTA EM PELOTAS-RS**

ESTEFANI B. LEITZKE<sup>1</sup>; LORI ALTMANN<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – UFPel – [estefanileitzke@gmail.com](mailto:estefanileitzke@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – UFPel – [lori.altmann@yahoo.com](mailto:lori.altmann@yahoo.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

O lugar em que ocorre a interação de pessoas com revistas foi cenário para o desenvolvimento da atual pesquisa, onde percorri cada prateleira das bancas a fim de mostrar a relação de proprietários e clientes e dos mesmos com o material vendido. Na banca, é possível ir de um extremo ao outro apenas fitando a prateleira até o final, onde encontramos revistas sobre videogame a receitas simples e fáceis. Horóscopo, dicas de como atrair o par perfeito, palavras cruzadas, *sudoku*, gibis. Todos eles fazem parte da composição da banca de revista. A indagação de como um lugar como esse consegue reunir públicos das mais variadas opiniões, preferências ou classe social também foi um dos motivos principais para a elaboração desse trabalho.

A antropologia permitiu-me descobrir um pouco mais sobre esse espaço, utilizando o método etnográfico para a realização da pesquisa. Este método propõe uma convivência profunda com o grupo pesquisado e uma inserção na vida cotidiana dele. Como afirma Magnani, “o método etnográfico não se confunde nem se reduz a uma técnica; pode usar ou servir-se de várias, conforme as circunstâncias de cada pesquisa; ele é antes um modo de acercamento e apreensão do que um conjunto de procedimentos.” (MAGNANI, 2002).

Além disso, foi possível reconhecer a proximidade do sujeito pesquisado com o sujeito pesquisador, em uma situação de *observação do familiar* e de *estranhamento* do mesmo (VELHO, 2008), como o caso da filha da dona da banca 1, por exemplo, que enfatiza pertencer a mesma cultura da observadora.

### **2. METODOLOGIA**

Através da *observação participante*, método criado por Bronislaw Malinowski (1978) que consiste em partilhar as mesmas condições do grupo estudado, interagindo com o mesmo através de um contato prolongado e um diário de campo, onde registrei a entrevista semiaberta e os diálogos informais obtidos ao longo da mesma. Através do método, pude acompanhar um dos pesquisados em um momento informal, fora de seu ambiente de trabalho, em sua hora do lanche, onde foi possível um diálogo mais despretenso pelo mesmo “não estar cumprindo horário”.

Observei três bancas de revistas, localizadas em diferentes pontos do centro de Pelotas - RS, diferenciando-se umas das outras através da arquitetura: a Banca 1 é uma casa de esquina com “fachada tradicional”, a Banca 2 faz parte de uma galeria e a Banca 3 é móvel. Quando possível, cunhei a data, informando o turno da visita e o dia. Baseando-me na proposta de Cardoso de Oliveira (1998), completando o olhar e ouvir “disciplinados” com a escrita etnográfica, conversei com os proprietários dos estabelecimentos, esclarecendo que se tratava de uma pesquisa e fazendo perguntas baseadas na jornada de trabalho, qual o perfil dos

clientes, que público é atraído por determinada revista, qual a relação do proprietário com os clientes/leitores.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Bancas de revistas agregam proprietários diferentes, no trabalho analisei, duas trajetórias, a que denominei “*jornaleiro*” e “*comerciante*”. Os proprietários, por sua vez, possuem duas características distintas: *tempo de trabalho longo* e *tempo de trabalho curto*. Como *jornaleiro*, o proprietário possui longa jornada de trabalho no mesmo ramo, nesse caso, o das bancas de revista. O *jornaleiro* tem “carreira”, iniciando como funcionário e com o passar dos anos trabalhando dentro da banca, passa a ser proprietário, não do estabelecimento em que começou, mas de seu próprio negócio. Gosta do trabalho que executa.

O *comerciante*, por sua vez, não tem um longo período na banca de revista e a obtém como fonte de renda alternativa, para além de outra profissão que o mesmo desempenhe. É indiferente ao fato de gostar ou não do trabalho. A opinião de cada família diverge quanto a ser um bom negócio ou não. A análise dessas trajetórias permite a reflexão sobre a banca de revista como *ofício*, relacionada ao tipo de vida do “*jornaleiro*” e a banca como *segundo trabalho*.

No âmbito da relação proprietário/cliente é possível perceber semelhanças no tratamento ao cliente. Na maioria das vezes, a relação transcende o aspecto comercial, passando a transformar-se em uma espécie de amizade com o leitor/cliente. Através dessa amizade, o *jornaleiro* passa a reservar o material para alguns clientes, onde é possível perceber a fidelidade do proprietário aos mesmos. A reserva é necessária devido à competição existente entre uma banca e outra.

O *jornaleiro* aponta para a diminuição nas vendas pelo fato de algumas revistas serem encontradas na internet, relacionando a redução das vendas a facilidade de acesso a esse tipo de mídia. Exemplifica essa queda com uma revista erótica famosa, que costumava ser vendida com frequência. Nem todas as revistas sofreram a ação da modernidade, sendo ainda muito procuradas, como as de novelas e de quadrinhos infantis.

A distribuidora mantém uma relação de fidelidade com o proprietário da banca, onde é possível notar o controle a partir do lucro. Quanto mais se vende determinada revista, maior é o envio da distribuidora. Se as vendas não forem satisfatórias, são enviados poucos exemplares.

O proprietário/*jornaleiro* possui uma relação direta ou indireta com as revistas vendidas, seja ao organizar o material que chega ou ao ler as revistas de seu interesse. A partir da organização, o proprietário é responsável pela “publicidade” de sua banca, colocando as revistas que não são muito vendidas onde há maior visualização dos clientes, as mais famosas na vitrine, e/ou por seções como revistas infantis ou direcionadas a mulheres... Em relação à faixa etária existe a preferência de leitores/as por determinadas revistas. Crianças preferem gibis, adolescentes revistas com pôster de bandas, mulheres revistas de novelas...

A banca pode ser classificada como espaço plural: seu público abrange diferentes faixas etárias, classes sociais e opiniões. É um espaço inclusivo, capaz de oferecer conteúdos específicos que sejam do interesse de cada pessoa, que procure a banca de revista.

#### 4. CONCLUSÕES

A pesquisa permitiu conhecer a banca de revista como *modo de vida*, no qual o jornalista a assume como parte de sua personalidade/vida, tendo em vista o longo período em que trabalha nela. Também pode ser vista como espaço de diferentes motivações, seja pelo prazer de trabalhar com o que gosta, seja como forma de complementar sua renda. Foi possível comprovar a pluralidade da banca conhecendo seu público.

O exercício etnográfico permite descentralizar o “eu” do eixo em que está situado e a partir disso experienciar o mundo através da visão do outro, fazendo com que as certezas caiam por terra e passemos a duvidar delas. A etnografia permitiu confirmar, dessa vez com dados empíricos, que a vida vai muito além do “eu”.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do Antropólogo: Olhar, ouvir, escrever. In: **O trabalho do Antropólogo**. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, 1998 (pp.17 a 35)

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental. Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné, Melanésia**. São Paulo: abril cultural, 2ª Ed., 1978 (Introdução).

MAGNANI, José G. Cantor. **De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. V. 17, n. 49, junho/2002.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: **Individualismo e cultura: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea**. 8. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008 (pp. 122 a 134).