

Hoje é dia de feira: os tipos de comunicação encontrados na Feira Livre de Volta Redonda¹

Diego CAPPELLARI²
Edilberto VENTURELLI³
Douglas GONÇALVES⁴

Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA, Volta Redonda, RJ

Resumo

Este trabalho compete na análise escrita e documental de maneira fílmica dos tipos de comunicação encontrados na Feira Livre da cidade de Volta Redonda, tendo como base de comunicação sua origem do latim *communicare*, sendo o ato de tornar comum ou estabelecer ligação entre um ou mais indivíduos (emissor e receptor), por intermédio da relação interpessoal. O Documentário por sua vez, se faz presente neste trabalho, por ser um tratamento criativo do mundo histórico, o qual abordará de modo audiovisual a origem histórica da Feira Livre da cidade de Volta Redonda bem como as ações comunicacionais utilizadas na mesma, se de modo técnico ou instintivo pelos feirantes do cenário do nosso estudo.

Palavras-Chave: Feira Livre, Comunicação, Documentário.

1 INTRODUÇÃO

A Feira Livre originou-se na Europa durante a Idade Média. No Brasil, sua origem é marcada pelo período Colonial, onde desenvolveu importante papel na expansão dos primeiros adensamentos humanos. No século XXI foi considerada como modalidade de mercado varejista ao ar livre de periodicidade semanal, voltada para distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Por possuírem grande potencial de venda em seu espaço de comercialização, os feirantes enfrentam alto nível de competitividade entre os que compõem a feira, dessa forma, faz-se uso da comunicação para atrair clientes, proporcionando um ambiente sociocultural de relação interpessoal, obtido por meio das conversas informais ou através da comunicação entre fornecedor e consumidor por meio de performances corporais e orais, aromas e o auxílio de recursos sonoros, com o objetivo de despertar na massa consumidora o desejo pelo produto anunciado. Contudo, nossa pesquisa

¹ Trabalho submetido ao XXII Expocom 2015, na Categoria Jornalismo no GP Cinema e Audiovisual - CA – 02 Filme de não ficção/documentário/docudrama (Avulso)

² Recém-formado do Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda. Email: diego_cappellari19@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda-UniFOA. Email: edilventurelli@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda-UniFOA. Email: douglasbgoncalves@gmail.com

abará especificamente a Feira Livre da cidade de Volta Redonda, a qual teve seu início em 1949, impulsionada pelo processo de industrialização do Brasil com o início das operações na fundação da Companhia Siderúrgica Nacional em decorrência da migração de pessoas vindas dos estados vizinhos para integrar ao grupo siderúrgico, formando o primeiro mercado a céu aberto da região sul fluminense do Estado do Rio de Janeiro.

De modo geral, considerando a pouca literatura sobre o assunto e a falta de registro documental da historicidade da Feira Livre de Volta Redonda estima-se com essa pesquisa: a análise dos tipos de comunicação existentes e o resgate histórico da mesma, realizando de maneira escrita e fílmica. Para isso, se utilizará da pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, realizando-a por meio de entrevistas estruturadas. A abordagem quantitativa, exploratória, será direcionada aos feirantes a fim de identificar os tipos de comunicação utilizados por eles, pois acreditamos que as técnicas de comunicação encontradas na Feira Livre de Volta Redonda, em sua maioria, são heranças de seus precursores passadas entre as gerações das famílias que permeiam o ambiente de estudo em questão. Para desenvolver o produto deste trabalho de conclusão de curso – documentário – se utilizará da pesquisa de campo qualitativa, utilizando equipamentos que possibilitam o registro fílmico do discurso, a fim de resgatar a origem histórica da Feira Livre de Volta Redonda, indo de encontro com Vergara (2005), o qual nos diz que: “a pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-los”. Entendemos que este trabalho trata apenas de uma ínfima parte de todo o complexo que é a Feira Livre de Volta Redonda, porém, acredita-se que com esta pesquisa possamos contribuir como parte de um registro acadêmico na busca pelo resgate histórico da mesma. Por isso, esperamos contribuir para que futuros pesquisadores possam utilizar o material em suas pesquisas.

2 OBJETIVO

O Documentário por sua vez, se faz presente neste trabalho, por ser um tratamento criativo do mundo histórico, o qual abordará de modo audiovisual a origem histórica da Feira Livre da cidade de Volta Redonda bem como as ações comunicacionais utilizadas na mesma, se de modo técnico ou instintivo pelos feirantes do cenário do nosso estudo.

3 JUSTIFICATIVA

O presente estudo se justifica pela contribuição histórica e acadêmica.

Em questões acadêmicas, o presente estudo tem a finalidade de abordar as diversas ações comunicacionais que acontecem na Feira Livre de Volta Redonda, e se as mesmas são realizadas com técnica ou por instinto pelos feirantes, pois como já diziam BRIGGS e BURKE (2006): “Intenções imediatas, estratégias e táticas dos comunicadores precisam estar sempre relacionadas ao contexto no qual operam, assim como as mensagens que transmitem”. Por questões históricas, nosso objetivo é resgatar e documentar de forma audiovisual a origem e surgimento deste evento na cidade de Volta Redonda, bem como seu funcionamento e o envolvimento de seus colaboradores. Também sentimos a necessidade de realizar esta análise pela pouca literatura brasileira sobre o assunto, mais especificamente da Feira Livre da cidade Volta Redonda, a qual não consta nenhum registro desse gênero. Portanto, nossa contribuição é perceber as comunicações existentes e registrar as origens da mesma na cidade de Volta Redonda, contribuindo de forma histórica para com a sociedade e de maneira acadêmica, ao entendermos se a comunicação é realizada com técnica ou se é um processo instintivo repassado por gerações.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A metodologia adotada para esta pesquisa foi dividida em duas fases. A primeira consiste na pesquisa bibliográfica tendo como base a busca em livros, periódicos, artigos, trabalhos científicos e pesquisas *online* com o tema referido, norteando a pesquisa e garantindo um embasamento teórico consolidado. Incorporamos também, como meio, a pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, realizando-a por meio de entrevistas estruturadas, pois segundo Gil (1999) esta é uma técnica de pesquisa que tem por objetivo obter informações de interesse, na qual, frente a frente com o entrevistado, o pesquisador formula perguntas orientadas dentro de uma interação social, permitindo a investigação do discurso dos participantes bem como classificar e quantificar os dados obtidos. A entrevista estruturada foi aplicada a aproximadamente 80 pessoas, abarcando os feirantes que compõem nosso cenário de estudo. Sendo assim, segundo Oliveira (2010), nosso público-alvo é formado pelas gerações conhecidas como Baby Boomers - indivíduos nascidos nas décadas de 1940 e 1960 que, segundo o autor, apresentam como característica principal grande influência por valores e conceitos passados por seus pais como maturidade, independência e responsabilidade - pela geração X - indivíduos nascidos a partir do início dos anos 1960 até o final dos anos 1970, os quais são apresentados pelo autor como a primeira geração a desenvolver comportamentos influenciados pelo marketing de massa – e

pela geração Y – nascidos em um cenário de grandes avanços tecnológicos, desenvolvendo grande intimidade com as novas ferramentas de comunicação; esta geração é formada por nascidos em meados da década de 1980 até meados da década de 1990. O método utilizado para o estudo foi de caráter descritivo e abordagem quantitativa exploratória por meio de entrevista estruturada, realizando a pesquisa de campo direcionada ao público-alvo. Este teve como objetivo identificar os tipos de comunicação utilizados na Feira Livre de Volta Redonda, possibilitando a análise, a fim de, descobrirmos se os mesmos são empregados por instrução pedagógica, instinto ou se rege uma tradição passada por gerações. Porém, para que o nosso produto pudesse ser desenvolvido, foi aplicado também a pesquisa de campo qualitativa, fazendo uso de equipamento para registro fílmico do discurso, a fim de, resgatar a origem histórica da Feira Livre de Volta Redonda. De encontro com nosso pensamento, Vergara (2005) nos diz que “a pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-los”. Contudo, para a realização da análise proposta neste estudo, bem como a produção do documentário retratando a origem histórica da Feira Livre de Volta Redonda, identificamos a necessidade de um questionário. Após aprovação do Comitê de Ética sob número CAAE 36538614.2.0000.5237 de 04/11/2014, aplicou-se a pesquisa exploratória na Feira Livre de Volta Redonda, durante o mês de novembro de 2014, quando nosso público alvo foi convidado com livre escolha a participar de nossa pesquisa. O nível de confiança é de 95% e erro amostral de 5%. Sendo assim, foi criado um questionário com oito questões, das quais quatro eram perguntas abertas e quatro continham opções para a livre escolha dos pesquisados. No questionário, direcionado aos feirantes da Feira Livre de Volta Redonda, as quatro primeiras perguntas buscavam traçar o perfil dos entrevistados, levantando informações pessoais dos mesmos, como gênero, idade, o grau de instrução e quanto tempo já exerciam profissão de feirante na cidade em questão; duas questões tinham por objetivo o resgate histórico da feira, nas quais foi abordada a origem das barracas e os setores de atuação dos feirantes; as demais questões eram relacionadas aos tipos de comunicação utilizados pelos entrevistados para despertar o desejo de compra no consumidor e de onde originou a técnica utilizada. Todos os questionamentos colaboraram com nossa pesquisa, bem como para a criação do nosso produto, pois sentíamos a necessidade de realizar esta análise pela pouca literatura brasileira sobre o assunto, mais especificamente da Feira Livre da cidade Volta Redonda, a qual não consta de nenhum registro desse gênero. Portanto, os questionamentos contribuíram de forma histórica para com a sociedade e de maneira

acadêmica, ajudando a compreender se a comunicação da Feira Livre de Volta Redonda é realizada com técnica ou se é um processo instintivo repassado por gerações.

As perguntas no questionário têm por objetivos: identificar os tipos de comunicação utilizados pelos feirantes na Feira Livre de Volta Redonda; auxiliar na análise da origem dos métodos comunicacionais aplicados na mesma; corroborar ainda na busca por informações históricas que contribuam para a formação do documentário. Após a coleta dos dados, os mesmos foram analisados, com base nas técnicas de análise de conteúdo, segundo o conceito de Bardin, que explica: “A análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (Bardin, 2009, p.123). Os dados foram analisados através da igualdade ou diversidade dos questionários, possibilitando a análise dos tipos de comunicação da Feira Livre. E com base na análise do discurso, a utilização dos dados colhidos por registro fílmico nos possibilitou a transcrição de relatos no presente estudo, dando embasamento para o resgate histórico da Feira Livre de Volta Redonda.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Nosso produto tem por objetivo o resgate da origem histórica da Feira Livre de Volta Redonda e se caracteriza como material fílmico documentário de representação social. Vamos ao encontro, no que tange à técnica do documentário, citado como a representação do mundo que já ocupamos, tornando visível e audível a matéria de que é feita a realidade sociais, para transmitir ao expectador informações factuais e acontecimentos reais através de uma lógica informativa, oferecendo informação e conhecimento, a fim de, estimular no decorrer da reprodução do filme o desejo de saber do público sobre o tema em questão.

Partindo das proposições de Nichols (2005), que sintetizou seis principais regras que norteiam a construção do tempo e da enunciação do relato audiovisual para o Cinema Documentário, e levando em consideração as palavras de Da-rin (2008), o qual acredita que um filme documentário pode apresentar perfeitamente características relacionadas a mais de um modo, apresentaremos abaixo as práticas variadas que irão interagir durante a produção do material fílmico proposto. Na captação das primeiras imagens para construção do documentário, foi aplicado o “Modo Participativo”; e levando em consideração nosso objetivo, que é o resgate histórico da Feira Livre de Volta Redonda, buscamos os feirantes mais antigos e propusemos um “bate-papo” diante das câmeras, no qual os mesmos

relataram a vinda para a “Cidade do Aço” e o surgimento do primeiro “shopping a céu aberto” da região Sul Fluminense do Estado do Rio de Janeiro. Foram entrevistados sete feirantes da Feira Livre de Volta Redonda ao longo de cinco dias.

Para que os feirantes ficassem mais à vontade e para não interferir no fluxo de trabalho das barracas dos mesmos, propusemos realizar este “bate-papo” em um local mais reservado, distante do ambiente da feira, onde montamos um “estúdio padrão” ao ar livre, composto por tradicionais caixotes de madeira utilizados na feira (Figura 1), estabelecendo um padrão visual entre todas as entrevistas cedidas para o documentário proposto, fazendo uso assim das principais características do modo, marcado pela intervenção do documentarista, deixando explícita a necessidade do processo de produção para a captação dos depoimentos que conduzirão o relato deste acontecimento histórico.



Figura 1 - Feirante no “estúdio padrão” composto pelos tradicionais caixotes de feiras, sendo entrevistado pelo documentarista em um bate-papo diante das câmeras

Ainda com base em Nichols (2005), o “Modo Observativo” também ganhou espaço na produção deste filme documentário, considerando as características principais do modo, ou seja, buscamos olhar para dentro da vida no momento em que ela é vivida, captando a interação dos atores sociais uns com os outros, sem intervenção do documentarista no processo natural dos acontecimentos reais do cotidiano no cenário do nosso estudo, na pretensão de neutralidade e naturalidade dos fatos que estão ocorrendo. Isso se deu através de um posicionamento discreto da câmera, tendo a mesma como a extensão do olhar humano, objetivando captar – como diria Nelson Rodrigues (1992) – “a vida como ela é”.

Sendo assim, as técnicas do “Modo Observativo” nos permitiram captar ao longo de quatro dias, a essência do cotidiano da Feira Livre de Volta Redonda, desde a montagem das barracas à chegada dos primeiros transeuntes, do anúncio dos produtos pelos feirantes à compra pelos fregueses e, é claro, o passeio das famílias e o desfrutar do tradicional pastel e caldo de cana, mostrando a Feira Livre de Volta Redonda muito além da movimentação

comercial, mas também como cenário inspirador de relações interpessoais, conforme dito anteriormente. A utilização deste modo na edição das imagens fez com que dispensássemos o uso de legendas e de narrador em determinados pontos do filme, para que o espectador possa visualizar o que está acontecendo na sua essência.



Figura 2: Gravando a interação dos atores sociais na Feira Livre de Volta Redonda, sem intervenção do documentarista.

Porém, no decorrer do filme, o telespectador irá se deparar ainda com o “Modo Expositivo” (NICHOLS. 2005). Incluímos este método na edição do filme com o objetivo de dar ritmo e maior dinamismo, colocando em diversos momentos a retórica captada dos feirantes em *voice over* (sendo este, ouvido, mas não visto pelo espectador); as imagens captadas da Feira Livre de Volta Redonda passam a exercer papel secundário, ilustrando ou comprovando o que está sendo dito pelos entrevistados.

Muito diferente da “artilharia pesada” utilizada para captação nas primeiras décadas no surgimento do Documentário, - conforme já referenciado em capítulos anteriores – o que dificultava o registro fílmico dos documentaristas e deixava-os presos ao princípio do assincronismo entre áudio e vídeo, desfrutamos na produção deste documentário de uma infinidade de tecnologias aplicadas para a produção audiovisual que nos permitiram o sincronismo e imagens gravadas em alta resolução. Ainda para a concepção do produto - apesar de referenciarmos anteriormente as três ideologias estabelecidas por Dancyger (2007) para o Documentário - fizemos uso da filosofia do documentarista Dziga Vertov, o qual sugeriu que “o grande poder do documentário e do filme é sua capacidade de capturar a vida real dos eventos quando eles acontecem”. O método vertoviano aparece como fonte de inspiração na produção deste material, pois compreende o cinema como revelador do mundo, com organização do tempo e do espaço, propondo a soma dos mais variados recursos cinematográficos, tais como: movimentos de câmeras, diferentes escalas de planos, variações de velocidade de captação, fazendo uso também de sobreposições e fusões de

imagens e a utilização do som - trilhas sonoras, efeitos e diálogos. Isso concede ao espectador uma estrutura tridimensional de tempo e espaço.

Para que pudéssemos alcançar a organização do tempo e do espaço e proporcionar através de técnicas de montagem a estrutura tridimensional anterior citada, fizemos uso da edição não-linear, utilizando o *software* de edição de vídeo *Final Cut Pro-X*, que permitiu a organização das imagens captadas, traçando uma lógica informativa através de uma estrutura visual, fornecendo ao espectador o significado unívoco do filme, sem ambiguidades.



Figura 3: Software de edição não-linear. Utilizado para a montagem do documentário “Hoje é dia de Feira”.

4.1 Sinopse

Neste primeiro curta do aluno Diego Cappellari, o cenário escolhido é bem tradicional dos moradores de Volta Redonda, a Feira Livre. O filme documentário intitulado “Hoje é dia de Feira” resgata de forma audiovisual a historicidade do surgimento do primeiro “shopping a céu aberto” da Região Sul Fluminense do estado do Rio de Janeiro. Abarcando o funcionamento e o dia-a-dia dos envolvidos com o evento, indo de encontro com os objetivos desta pesquisa, realizamos de maneira escrita e fílmica a identificação dos tipos de comunicação existentes e a origem histórica da Feira Livre da cidade de Volta Redonda. Em “Hoje é dia de Feira”, contamos com a participação especial de alguns feirantes que se dispuseram a contar a história de como tudo começou.

A obra do gênero documentário é auto classificada pelo autor, indicativa livre, pois, embasado no “Guia Prático de Classificação Indicativa” (2006) da Secretaria Nacional de Justiça (SNJ) - a quem compete à atribuição da classificação indicativa a obras audiovisuais brasileiras -, “são admitidos com essa classificação obras que contenham predominantemente conteúdos positivos”. O filme documentário tem a duração aproximada de 8 minutos e 15 segundos.

5 CONSIDERAÇÕES

A Feira Livre de Volta Redonda, desde seu princípio em 1949, cumpre com a sua importância, regida por seus precursores que trabalharam pelo abastecimento dos primeiros adensamentos humanos - na ocasião em decorrência da fundação da Companhia Siderúrgica Nacional -, fazendo das ruas um espetáculo organizado de sociabilidade e difusão cultural. Este espetáculo é obtido através das relações interpessoais, por meio da comunicação entre fornecedor e consumidor, das conversas informais, entre performances corporais e orais, instituída desta maneira não apenas como pontos de troca de mercadorias ou de prestação de serviço, mas em lugares de encontro da “prosa diária”, indo muito além das mobilidades comerciais, transformando as ruas em um espetáculo em meio à urbanização da cidade de Volta Redonda.

Contudo, os resultados da pesquisa exploratória realizada em novembro de 2014 neste cenário nos permitiram traçar o perfil dos entrevistados que, na sua maioria, são homens entre 35 a 50 anos de idade, os quais relatam ter apenas ensino médio completo.

A pesquisa em questão possibilitou ainda a identificação dos métodos de comunicação adotados pelos pesquisados, os quais desfrutam respectivamente da comunicação visual, escrita, comunicação oral, sensorial e não-verbal; também, que mais de 50% dos feirantes atuam há mais de 10 anos na Feira Livre de Volta Redonda, embora grande maioria - conforme dados obtidos através da pesquisa - sejam a primeira geração da família a desempenhar esta atividade.

Ainda segundo a pesquisa, constatamos que a Feira Livre também dispõe de famílias que regem a tradição de feirantes há três gerações, caracterizando, desta forma, a família como principal influenciador na formação pessoal e profissional do indivíduo, estimulando a perpetuação das práticas passadas entre gerações nas famílias que permeiam o ambiente de estudo em questão.

Por todos os aspectos apresentados, esta pesquisa confirmou a hipótese, constatando a comunicação utilizada pelos feirantes na Feira Livre de Volta Redonda, oriunda de diversas fontes, com sua transmissão de conhecimento por meio de instrução pedagógica ou por instrução familiar, regendo a tradição passada entre gerações e até mesmo pela utilização da comunicação por instinto.

Quanto à produção do nosso documentário, produto deste trabalho de conclusão de curso, acredita-se que o mesmo cumpre seu papel ao propor, em partes, um estudo sobre a

historicidade da Feira Livre de Volta Redonda, considerando a participação de personagens da vida real, tornando visível e audível a matéria de que é constituída a realidade social, usufruindo de uma lógica informativa, estimulando assim a epistefilia do telespectador.

Como considerações finais, entendemos que este trabalho não é conclusivo e que existem outras pesquisas que ainda podem ser feitas por diferentes prismas, mas que pretendemos atribuir com o mesmo, agregando informações a futuros pesquisadores da mesma área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BIRDWHISTELL, R.L. **Kinesics and context: essayson body motion communication**. 4^a Ed. Philadelphia: UPP (University of Pensylvania Press), 1985.
- BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2^a Ed. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor Ltda, 2006.
- DANCYGER, K. **Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo - História, Teoria e Prática**. 4^a Edição. RJ, Editora ELSEVIER/CAMPUS, 2007.
- DA-RIN, S. **Espelho Partido – Tradição e Transformação do Documentário**. 4^a Edição. RJ, Azougue Editorial, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. Entrevista. In: _____ **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. Cap. 11, p.117-127.
- MAIOR, Armando Souto. **História Geral**. São Paulo, Editora São Paulo, p. 190, 1978.
- MASCARENHAS, G; DOLZANI, M.C.S. **Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Revista Eletrônica Ateliê Geográfico, v. 2, n. 4, UFG/IESA, 2008.
- MENDES, Camila Faccioni. **Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas-SP, Editora Papyrus, 2005.
- OLIVEIRA, S. **Geração Y – O Nascimento de uma Nova Versão de Líderes**. 2^a ed. São Paulo: Integrare, 2010.
- VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- VERTOV, Dziga. **Articles, Journaux, Projets**. Paris: Cahiers du Cinéma, 1972.