

Cantos, batuque e outros sons do camelô nos ônibus do Recife¹

Rayane GUIMARÃES²

Marcos ARAÚJO³

Faculdades Integradas Barros Melo, Olinda, PE

RESUMO

Esta série radiofônica de reportagens especiais mostra um retrato sonoro do comércio informal dentro dos ônibus do Recife. Apesar de ser uma atividade ilegal, proibida por decreto estadual, a camelagem é uma prática assídua e constante nos transportes públicos. Levando em consideração essa realidade, este projeto traz, inicialmente, uma abordagem alusiva à “cidade dos mascates” e a influência histórica desta atividade que das ruas e bairros, hoje, chegou aos ônibus. Contudo, o foco das reportagens está na comunicação espontânea empregada no dia a dia por ambulantes que viram nesse trabalho uma forma de levar o sustento para as suas famílias e nas suas formas criativas de abordagem e performances para vender seus produtos. Além disso, o trabalho reporta a comercialização e divulgação da arte, através de músicos que têm apostado nos coletivos como um palco de intervenção artístico cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Camelô; Ônibus; Recife; Radiojornalismo.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade JO09 - Reportagem em Radiojornalismo (Avulso).

² Aluna líder e recém-graduada em Jornalismo pelas Faculdades Integradas Barros Melo – AESO, email: rayglima@gmail.com.

³ Orientador do projeto. Professor do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Barros Melo – AESO, email: marcosaraujo@uol.com.br.

1 INTRODUÇÃO

Cantos, batiques e outros sons do camelô nos ônibus do Recife é uma série radiofônica de reportagens especiais produzida como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em jornalismo. O projeto experimental mostra o comércio informal dentro dos ônibus do Recife, bem como todas as suas implicações: o dribble dos ambulantes à ilegalidade para conseguir o sustento de suas famílias, a criatividade que eles usam para chamar a atenção dos passageiros e vender seus produtos, histórias de vida e, ainda, além da comercialização de vários gêneros de produtos, em alguns casos, o apelo ao hibridismo cultural através da música como um recurso de sensibilização e otimização da comunicação com o público.

Grande parte da população pernambucana tem o ônibus como principal meio coletivo de deslocamento diário. De acordo com o Grande Recife Consórcio de Transporte, são, em média, dois milhões de usuários do transporte público só na capital pernambucana. No Recife e Região Metropolitana, o comércio informal já é, há muito tempo, uma realidade evidenciada dentro dos coletivos. Apesar disso, não se conhece uma abordagem mais aprofundada da imprensa local sobre algo que está na vivência do cotidiano da maior parte dos recifenses. E quando há uma referência à prática é bastante simplória e tendenciosa.

Portanto, este projeto experimental refere esse fato social, que é o comércio informal ativo dentro dos ônibus, e propõe uma reflexão à sociedade que vivencia a camelagem no dia a dia dentro dos transportes públicos. Este é um dos papéis do jornalismo que muitas vezes é esquecido pela rotina corrida que tem priorizado pautas factuais e furos.

Penso que o papel do jornalista, na sociedade do consumo, é interpretar e traduzir informações. Não cabe a ele apenas informar. Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. (...) O verdadeiro papel do jornalista é, e sempre foi, fazer pensar. (LOBO, 2013, Observatório da Imprensa, edição 743).

A reportagem introdutória à série recebeu o subtítulo de “Comércio dentro dos ônibus: driblando a proibição”. Trazendo o contexto histórico da camelagem no Recife, esta reportagem expõe a atividade dentro dos coletivos, o decreto estadual que proíbe a prática e as dificuldades da categoria. Por sua vez, aspectos como a comunicatividade e o estilo desses ambulantes fundamentam a segunda reportagem, nominada como “Camelôs de ônibus: criatividade no grito!”. Por fim, a série traz em sua última reportagem um pouco da

experiência de vida dessas pessoas, seus esforços pessoais, suas realizações e expectativas, sob o subtítulo “Entre cantos e batuques, musicalidade e histórias de vida”.

Toda essa abordagem facilitadora, portanto, da exploração do tema, adéqua-se ao gênero “reportagem” que é entendido como aquele que “o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte” (JUNG, 2005, p.114).

Conceitos de autores de referência para as pesquisas em jornalismo e radiojornalismo como Marshal McLuhan, Mário Kaplún, Heródoto Barbeiro e Emílio Prado foram utilizados como fundamentação teórica para a realização do projeto. Além disso, obras expressivas de autores como Néstor García Canclini, Liêdo Maranhão, Teixeira Coelho e Peter Burck deram suporte às pesquisas.

2 OBJETIVO

A cidade do Recife é tipicamente comercial, vive do seu comércio e isso não é de hoje. A capital pernambucana começou a conhecer essa atividade no século XVII no Período Brasil - Holandês quando os Judeus desenvolveram o comércio na cidade. Segundo o pesquisador e escritor pernambucano Leonardo Antônio Dantas Silva – que dedica parte de suas obras a este período –, a prática se intensificou depois da expulsão dos holandeses e judeus, em 1654, quando os portugueses começaram a ampliar no Recife o comércio ambulante a retalhos. Foi nessa época que surgiu a classe dos mascates na capital, a categoria foi a mola propulsora do desenvolvimento econômico da região. Com seus pregões, os vendedores ambulantes tomaram as ruas e os bairros do Recife e passaram a representar uma parte da identidade da cidade.

Com o grande crescimento da camelagem no Recife, houve um inchaço de ambulantes tomando as ruas, calçadas e pontes da cidade, o que motivou a ocupação de um outro espaço para negociar, os ônibus. Hoje, o comércio dentro dos ônibus é uma prática bastante assídua e já faz parte do dia a dia dos pernambucanos usuários dos transportes públicos da capital. Apesar disso, esta é uma atividade ilegal, proibida por decreto estadual. Segundo o regulamento do Sistema de Transporte Público de Passageiros da Região Metropolitana do Recife (STPP/RMR), é proibida qualquer atividade, com fins lucrativos, seja de vendedores, cantores e/ou pedintes dentro dos veículos.

Visando esses impasses, a série radiofônica de reportagens especiais “Cantos, batuques e outros sons do camelô nos ônibus do Recife”, trata dessa problemática afim de mostrar o panorama geral do comércio informal dentro dos ônibus e suas implicações, proporcionando ao ouvinte várias óticas do assunto, deixando-o livre para tirar as suas próprias conclusões.

Através de depoimentos de atores sociais, que estão direta ou indiretamente ligados ao fato social abordado na série, as reportagens desenvolvem uma narrativa leve e coloquial visando, sobretudo, as classes sociais mais populares. O objetivo do projeto experimental é mostrar que além de um “simples” comércio informal dentro dos ônibus do Recife, além da comunicação criativa e das espertezas dos camelôs, há vidas que lutam pela sobrevivência diária e histórias relevantes que, ao serem contadas, reportam aspectos de toda uma determinada sociedade.

3 JUSTIFICATIVA

Além da afinidade da autora com a plataforma, a opção por trabalhar este tema para o rádio se deu pelo fato desta mídia provocar grande proximidade com o ouvinte, além disso, observou-se que o conteúdo seria melhor aproveitado se explorado através de recursos sonoros.

Basta ouvir um “Olha a pipoca” dentro de um ônibus, por exemplo, que o passageiro já identifica a presença de um ambulante no lugar. Isso mostra como os sons predominam muito mais do que imagens nesse contexto e o quanto uma narrativa construída com sons pode aguçar ainda mais a imaginação do ouvinte e o deixar “livre” para criar sua própria imagem acústica, que é capaz de transformar sons em imagens na mente dos ouvintes. A ausência de imagens no rádio permite ao ouvinte a associação daquilo que se ouve com o que já se conhece.

Portanto, para a abordagem deste assunto é imprescindível a produção de um radiojornalismo acústico, utilizando a linguagem não verbal como mais uma fonte jornalística para o enriquecimento da mensagem. De acordo com Kaplun (1971, p.47), “por mais valiosa e verdadeira que ela (a mensagem) seja (...) temos que saber como dizer através do rádio, para sermos escutados, atendidos e entendidos”. Produzir um radiojornalismo acústico, que se apropria de elementos não verbais, através do uso coeso de sons, pode ser entendido como um “trunfo”, pois destaca a linguagem radiofônica em detrimento dos demais veículos.

O rádio oferece várias opções de formatos para uma produção jornalística, a escolha por uma série de reportagens especiais foi feita por este modelo proporcionar uma abordagem mais aprofundada do assunto, podendo trazer um maior detalhamento e contextualização dos aspectos pertinentes às pautas. O desdobramento do tema em três reportagens com duração de 7 minutos cada, objetiva, ainda, uma possível exibição da série no rádio comercial local que, em média, adota esse mesmo “tempo” para produtos do tipo em sua programação. Nominar cada uma das três reportagens com um subtítulo também é uma característica enquanto estratégia de facilitação da compreensão do ouvinte levando-o a escutar, chamando-lhe a atenção. Além disso, é essencial para registrar a identidade de cada reportagem, mostrando desde a chamada o assunto que vai ser abordado.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A metodologia utilizada para a produção desta série de reportagens especiais se deu, inicialmente, a partir de uma pesquisa histórica, através de livros e artigos, sobre o comércio ambulante no Recife. Além disso, foi realizada uma clipagem, ou seja, uma busca e recorte de notícias sobre a camelagem em transportes públicos nos veículos de comunicação locais. Portanto, pode-se categorizar esta primeira etapa como uma pesquisa bibliográfica e documental.

A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p.32).

O passo seguinte incluiu a produção de um roteiro que ajudou a esquematizar o que cada reportagem da série iria expor, bem como seus objetivos, e, ainda, houve o planejamento das fontes necessárias (oficiais, oficiosas, independentes) para explorar os aspectos que as reportagens abordariam e a seleção de músicas e efeitos para a sonoplastia.

Depois disso, partiu-se para a pesquisa de campo. Este método de pesquisa foi escolhido por proporcionar uma melhor observação do fato social abordado e reportá-lo exatamente como tal ocorre. Sobretudo, com a pesquisa de campo, foi possível a realização da coleta de dados referentes ao assunto explorado no produto experimental para que, finalmente, a análise e a interpretação das informações, embasadas numa fundamentação teórica previamente pesquisada, estivessem bem formuladas. Esse processo de pesquisa de campo foi necessário para que o assunto fosse compreendido pela autora e exposto da melhor maneira ao público alvo da pesquisa. De acordo com Fonseca (2002), “a pesquisa de campo

caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.)”.

Foi a partir da pesquisa de campo que as entrevistas foram realizadas e, para isso, um roteiro de perguntas foi elaborado para nortear as conversas e nenhum questionamento pertinente fosse esquecido. Como o roteiro serviu apenas como um apoio, as fontes e personagens entrevistados tiveram liberdade para expressar seus pensamentos sem interrupções e outras perguntas foram surgindo a partir do que era falado.

Durante o processo de observação, apuração e entrevista foi possível uma pesquisa etnográfica, a qual possibilitou a autora uma vivência da realidade que seria reportada. A pesquisa etnográfica proporciona uma melhor compreensão das interações sociais, dos costumes, das ideias, dos hábitos na vida social de um determinado povo. Ajudar um ambulante a vender seus produtos dentro de um ônibus, por exemplo, mostrou à autora o quanto essa prática é difícil. Essa prática contribuiu para que houvesse uma melhor compreensão da realidade contada pelos ambulantes.

Os contatos com as fontes, além de servirem para a obtenção de sonoras, foram úteis também para um melhor esclarecimento das variadas opiniões sobre a prática da camelagem dentro dos ônibus. Isto serviu mais a frente para uma abordagem mais imparcial e objetiva possível. Expõe o ponto de vista do Grande Recife Consórcio de Transporte (através de um representante indicado pela própria assessoria do órgão, que esclarece sobre a ilegalidade da prática em questão), a opinião dos motoristas e cobradores que vivenciam o comércio informal todos os dias em seus locais de trabalho e ainda carregam a responsabilidade de coibir a prática, o posicionamento do sindicato de ambulantes mais representativo e atuante no Recife e dos próprios ambulantes que, na falta de um emprego formal, viram na atividade um meio para conseguir o sustento diário da família, sem esquecer de saber o que acham os passageiros.

Além disso, fontes independentes (especialistas) foram de grande importância para a construção das reportagens. A entrevista realizada com a professora Nelly Carvalho, linguista e especialista em linguagem publicitária, por exemplo, foi responsável por indicar que as estratégias discursivas utilizadas pelos ambulantes são um reflexo do que se vê na mídia de massa e abriu espaço para mais uma abordagem pertinente e que enriqueceria ainda mais o projeto. A conversa com o pesquisador e escritor pernambucano Leonardo Dantas pautou ainda mais as pesquisas históricas. O entrevistado, ao falar sobre algumas manifestações

culturais que exploravam os pregões do camelô do Recife, sugeriu uma música que faz alusão à camelagem de tempos atrás. Esta e outras músicas, inclusive, foram usadas como um elemento a mais de enriquecimento sonoro, complementando a narrativa e trazendo mais sentido às informações.

Com a proposta de proporcionar ao ouvinte uma imagem acústica da atmosfera reportada, o uso de sons ambientes foi imprescindível para enriquecer a narrativa, dinamizá-la e levar uma pequena amostra da realidade através dos cantos, batuques e outros sons próprios do camelô. A edição foi um processo feito minuciosamente e um dos mais difíceis, pois, depois de uma vasta pesquisa, muito conteúdo foi gerado e, com isso, a retirada de algumas informações foi imprescindível, no entanto, isso não abalou a estrutura do projeto.

A escolha por trilhas mais alegres conota bem o universo animado que os ambulantes proporcionam no dia a dia da atividade. A sonoplastia tem um peso relevante no desenvolvimento da reportagem especial. Pois é a partir dela que é gerado o ambiente que irá dirigir a matéria.

Por meio de sons somos capazes de transmitir sensações, conceitos ou representações. Ou, com outras palavras, por intermédio do som codificamos uma série de sinais com os quais o receptor cria determinadas situações ou imagens. Esse código de comunicação apresenta diferentes níveis de percepção e interpretação, dependendo dos mecanismos – racionais ou emocionais – que intervêm em seu processo de decodificação. (ORTIZ & MARCHAMALO, 1994, p. 57).

A trilha musical e demais recursos de sonoplastia utilizados ainda funcionam, nesta reportagem, como elementos de sedução do ouvinte e visando uma interação mais fácil deste com o tema. Com essa finalidade recorreu-se a personagens como Silvio Santos, conhecido e reconhecido nacionalmente pelo grande público, incluído em referência às influências da mídia absorvidas pelos camelôs; o mesmo objetivo determinou a presença de artistas e gêneros de apelo popular na trilha sonora da série, como o cantor de reggae Édson Gomes (Camelô), o rapper Projota em dupla com a cantora Negra Li (O Homem Que Não Tinha Nada) e o Mc Buru (Paz Pros Camelôs).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Definição

O produto resultante deste projeto experimental é uma Reportagem Especial Radiofônica dividida em três partes, o que também caracteriza uma série de reportagens

especiais. Segundo Porchat (1993), “reportagens especiais são matérias independentes relacionadas entre si pelo mesmo tema. Normalmente fazem parte de campanhas de utilidade pública, ou seja, possuem relevância para a sociedade”.

Tratando-se de um produto radiojornalístico, esse tipo de produção constitui-se de entrevistas com diversas fontes de informação que permitem ir além na abordagem, sair da superfície dos fatos, promover o aprofundamento do tema, a discussão e a reflexão. Emilio Prado (1989, p. 85) aponta como o elemento mais “rico entre os utilizados no rádio desde a perspectiva informativa”. No caso presente, foram entrevistados atores sociais ligados ao assunto e especialistas aptos para discorrer e contextualizar o tema.

Finalmente, ainda completa esse gênero de reportagem o emprego de narração de texto (*Off*), músicas, efeitos sonoros, utilização de som ambiente, além de outros recursos de sonoplastia.

5.2 Formato

O formato utilizado para a produção deste Projeto Experimental em Radiojornalismo foi o de uma Série de Reportagens Especiais intitulada de Cantos, batuques e outros sons do camelô nos ônibus do Recife. Neste formato, a produção total somou 21 minutos de duração, divididos em três partes, com 7 minutos cada, descontadas as aberturas e chamadas internas de cada matéria.

1ª Reportagem: Comércio dentro dos ônibus: driblando a proibição.

2ª Reportagem: Camelôs de ônibus: criatividade no grito!

3ª Reportagem: Entre cantos e batuques, musicalidade e histórias de vida.

5.3 Público alvo

Esta produção radiofônica tem como públicos-alvo jovens e adultos, das classes sociais mais populares e que dão mais audiência ao rádio, como a C (a “nova classe média”) e D/E. * Com certeza o tema da série é relevante e de interesse do público que usa diariamente os ônibus do Recife e Região Metropolitana. De acordo com o Grande Recife Consórcio de Transporte, o número desses usuários de transportes coletivos na capital chega a uma média de dois milhões. Com isso, objetiva-se alcançar as pessoas que vivenciam a prática da camelagem dentro dos ônibus.

*Segundo a pesquisa IBOPE “Media Book”- Agosto/2015, a maioria dos ouvintes está na classe C (“nova classe média”), com 46%, enquanto 37% da audiência vem da classe A/B, e 17% da audiência são provenientes da classe D/E (mais popular). Disponível: <http://propmark.com.br/midia/ibope-media-revela-perfil-do-ouvinte-brasileiro> Acesso: 11/11/15.

5.4 Linguagem

Contando apenas com sons, a linguagem radiojornalística precisa ser clara, simples e concisa, possibilitando ao ouvinte uma compreensão rápida da mensagem emitida, pois o rádio segue o fluxo contínuo e não oferece ao receptor uma outra chance para voltar alguns segundos da reportagem, por exemplo, para entender o que foi dito. Com isso, o texto e os trechos das entrevistas foram organizados de forma que facilitasse o entendimento do público. A reportagem especial radiofônica deste TCC utiliza elementos sonoros que vão além de offs e sonoras e que auxiliam a narrativa. A música, efeitos de sonoplastia, o som ambiente captado no interior dos ônibus foram essenciais na complementação das informações, além de dar mais dinamismo à reportagem. Todos esses recursos contribuíram para a formação da chamada imagem acústica.

6 CONSIDERAÇÕES

Este projeto experimental, consolidado através de uma série radiofônica de reportagens especiais para rádio, é um registro de um tema bastante presente na atual sociedade pernambucana, compondo a identidade da cidade do Recife. A camelagem dentro dos ônibus é algo vivenciado diariamente por dois milhões de pernambucanos e merece um espaço gerador de reflexão e debate. Este trabalho vem para proporcionar ao público-alvo a observação e a contemplação do tema.

Para isso, o projeto mostra um pouco da influência histórica do camelô na cidade do Recife, o comércio informal dentro dos ônibus, bem como todas as problemáticas que envolvem o tema em questão. Para oferecer ao ouvinte um leque interpretativo sobre os assuntos pertinentes que perpassam o tema, a série faz uma abordagem contextualizada sobre a ilegalidade da camelagem nos ônibus, a criatividade que os ambulantes usam para conseguir vender seus produtos, as histórias de vida e, ainda, as manifestações artísticas presentes nos transportes públicos.

Este trabalho propõe a reflexão e almeja contribuir para que a sociedade pense mais sobre a cidade em que vive, bem como toda a conjuntura delimitada no projeto, deixando espaço para que, através dos fragmentos da realidade reportada, o ouvinte reflita sobre a atividade do comércio informal dentro dos ônibus e analise suas próprias opiniões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBEIRO, H.; LIMA, P. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BOMPASTOR, S.C. **Cidade Moderna x trabalho urbano: a questão do comércio ambulante no Recife nos séculos XIX e XX**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1994.
- BURK, P. **Cultura Popular na Idade Média**. São Paulo: Companhia das letras, 2010.
- CANCLÍNI, N.G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Sudamericana, 1992.
- COSTA, F.A.P. **Anais pernambucanos**. Recife: FUNDARPE, 1983-1985. 10 v.
- FERRARETTO, L.A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.
- KAPLÚN, M. **Producción de programas de radio. El guión, la realización**. Quito: CIESPAL, 1971.
- JUNG, M. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed.Contexto, 2005.
- LOBO, T. **Sobre o papel social do jornalismo**. Edição online do Observatório da Imprensa, nº. 743, de 23/04/2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/feitosdesfeitas/ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/ Acesso em: 16/10/2015.
- MARANHÃO, L. **Marketing dos camelôs de remédio ou o mundo da camelotagem**. Olinda: Ed. do Autor: 2004.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1993.
- MEDITSCH, E. **O Rádio na era da informação. Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis, Editora Insular, 2001.
- ORTRIWANO, G.S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.
- PARAHYM, O. **Traços do Recife: ontem e hoje**. Recife: Secretaria de Educação e Cultura, 1978.
- PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.