

Adolpho Lisboa: história, cultura e encanto por um mercado centenário em Manaus¹

Naine Carvalho da SILVA²
Ivanildo de Oliveira NASCIMENTO³
Josemar Pereira de Freitas JÚNIOR⁴
Luciane Guiomar BARBOSA⁵
Vanessa da Costa SENA⁶

Faculdade DeVry / Martha Falcão, Manaus, AM

RESUMO

A reportagem intitulada “Adolpho Lisboa: história, cultura e encanto por um mercado centenário em Manaus” faz parte do TeleNews, um telejornal experimental, e foi produzida no 5º período, no âmbito da disciplina de Telejornalismo, do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade DeVry / Martha Falcão, em Manaus/AM. A temática escolhida permitiu aos acadêmicos colocar em prática os conceitos aprendidos em sala de aula, a linguagem jornalística televisiva e as principais técnicas de produção para TV, como filmagem, entrevista e edição. Aprimorando assim o conhecimento sobre a área audiovisual e da importância da reportagem como ferramenta de informação aprofundada para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Reportagem; Telejornalismo; Mercado; Adolpho Lisboa.

INTRODUÇÃO

A reportagem em telejornalismo “Adolpho Lisboa: história, cultura e encanto por um mercado centenário em Manaus” mostra a situação e a movimentação de pessoas em um dos principais patrimônios históricos e turísticos da capital amazonense, localizado no Centro da cidade. A fim de informar aos telespectadores como o local está após quase dois

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria JO 10, modalidade Reportagem em Telejornalismo (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade DeVry/Martha Falcão, email: naine.karvalho@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade DeVry/Martha Falcão, email: nascimentoivanjornalista@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade DeVry/Martha Falcão, email: josemarjr91@gmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade DeVry/Martha Falcão, email: luciane.guiomar@gmail.com.

⁶ Orientadora do Trabalho. Professora do curso de Jornalismo na Faculdade DeVry/Martha Falcão. Jornalista e Mestre em Ciências da Comunicação (Ufam), e-mail: senna.vanessa@gmail.com

anos da reinauguração, ocorrida no dia 24 de outubro de 2013, data do aniversário de Manaus.

Cerca de R\$ 17 milhões foram gastos na reforma com a duração de oito anos sob a gestão de três prefeitos. A demora deve-se ao cuidado minucioso de cada detalhe da estrutura para manter as características originais do monumento fundado em 1883, segundo informações do Portal G1 Amazonas (2013).

De acordo com dados repassados pela administração do Mercado, como é popularmente conhecido, 188 comerciantes trabalhavam no espaço durante o primeiro semestre de 2015. No prédio são comercializados peixes, carnes, hortifrutis, artesanatos e estivas.

Diante da relevância cultural e comercial representada pelo Adolpho Lisboa, “considerado um dos mais importantes espaços de comercialização de produtos e alimentos típicos da região amazônica em função da variedade de espécies de peixes de água doce, frutas, legumes e especiarias” (Prefeitura de Manaus, 2014), foi produzida uma reportagem sobre a temática para o TeleNews, o telejornal criado como produto final da disciplina de Telejornalismo, no 5º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade DeVry / Martha Falcão.

Segundo Melo (1985, p.65), a reportagem faz parte do gênero informativo e “é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística”. O repórter tem a liberdade de aprofundar o assunto ouvindo várias vozes, nesse caso o depoimento de vários personagens para a obtenção de pontos de vistas diferentes sobre determinado assunto.

Barbeiro (2002) acrescenta que:

A reportagem é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo. A busca constante da isenção jornalística é a melhor forma de passar as informações para que o telespectador possa tirar suas próprias conclusões do fato relatado (BARBEIRO, 2002. p. 67).

Para tal finalidade, contextualizou-se o assunto fazendo uma relação da movimentação atual do Mercado com a reforma pela qual passou. Para melhor compreensão, Cotta (2005, p. 76 e 77) explica a diferença entre fato e acontecimento, segundo o autor, “o fato jornalístico gera notícia e um texto no contexto. Isto é, tem um contexto próprio (histórico, político, econômico ou social). A notícia cresce quando é contextualizada pelo repórter. Ou seja, é apresentada dentro de um contexto”.

Também tomamos como base as técnicas de produção da reportagem para TV. Unindo a teoria e prática compreendidas em sala de aula. Reunião de pautas, entrevistas, filmagem, decupagem, narração, edição e sonorização são os principais processos aplicados para a produção do produto. Além das pesquisas feitas na internet e biblioteca da faculdade com o objetivo de aprimorar o conhecimento dos integrantes do grupo acerca do assunto.

OBJETIVO

A reportagem televisiva tem o objetivo geral de permitir aos acadêmicos colocar em prática os conceitos teóricos obtidos em sala de aula sobre esse tipo de abordagem jornalística. A produção também visou ressaltar à sociedade a importância histórica, cultural e turística do centenário Mercado Municipal Adolpho Lisboa após quase dois anos da reinauguração, ocorrida em outubro de 2013. Também se somam aos objetivos específicos, a aplicação das técnicas de produção, filmagem, entrevista, narração e edição para a televisão, além da aprendizagem do uso da linguagem jornalística televisiva, por meio do texto, imagens e narração.

JUSTIFICATIVA

O Mercado Municipal Adolpho Lisboa foi tombado como Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em 1987. Tido como um dos principais cartões postais da cidade, o local guarda histórias de funcionários, turistas e pessoas que frequentavam o espaço com a família.

O Mercado também representa um ícone da época áurea do ciclo da borracha, compreendido entre o fim do século XIX e início do século XX, período importante para o desenvolvimento econômico de Manaus. Mas o espaço precisou ser reformado, sendo assim as obras iniciaram em 2006.

Desde então, foram oito anos de espera para que voltasse a funcionar. Diante dessa situação e de críticas sobre a gestão, os olhares da sociedade e da imprensa local ficaram voltados para a expectativa de reinauguração do prédio, adiada diversas vezes por motivos de “polêmicas envolvendo a Prefeitura Municipal de Manaus, a Câmara de Vereadores (CMM), o Ministério Público e o Iphan” (PORTAL AMAZÔNIA, 2012).

Apesar disso, até hoje possui grande valor cultural para os manauaras que encontram nele uma forma de preservar a memória da capital amazonense. Por este motivo, a produção da reportagem televisiva foi de suma importância para informar aos telespectadores como

estava o funcionamento do local desde a retomada das atividades, já que na reportagem há espaço para aprofundar o assunto. Melo apud Pena (2012, p. 69) afirma que o gênero informativo pode ser compreendido a partir de um comparativo entre três tipos de abordagem jornalística.

A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e TV. A notícia é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social (PENA, 2012, p. 69).

Lage apud Pena (2012, p. 75 e 76) também conceitua reportagem como “a exposição que combina interesse do assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente”. Uma forma de, também, pensar em matérias especiais para o jornal do dia, trazendo uma leitura diferente sobre o que ainda não foi abordado.

Reportagem é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo. A busca constante da isenção jornalística é a melhor forma de passar as informações para que o telespectador possa tirar suas próprias conclusões do fato relatado (BARBEIRO, 2002, p. 67).

A afirmação dos autores reforça os motivos que levaram à escolha da temática, sendo eles a relevância social, cultural e histórica do patrimônio. Pontos explorados por meio de relatos de personagens, do resgate de informações, pesquisas e de imagens para a elaboração do conteúdo explorado. Barbeiro (2002, p. 67) reforça que “o repórter deve cultivar suas próprias fontes de informação e acompanhar os assuntos pelos jornais, revistas, emissoras de rádio e TV”.

Essa riqueza de informações nos proporcionou por em prática todo o processo de produção da reportagem para TV. Compreendendo as técnicas e aprimorando os conhecimentos da linguagem jornalística.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A produção da reportagem televisiva intitulada Adolpho Lisboa: história, cultura e encanto por um mercado centenário em Manaus⁷ teve como base teórica as obras dos autores: Barbeiro e Lima (2002); Bistane e Bacellar (2010); Cotta (2005); Melo (1985); Paternostro (2006) e Pena (2012), indicados pela professora Vanessa Sena, da disciplina de Telejornalismo.

⁷ Disponível em <https://youtu.be/hQulvLt66mM>

Os referenciais teóricos serviram como base para as primeiras discussões sobre a escolha dos temas das reportagens veiculadas no TeleNews. Para isso, a equipe realizou pesquisas sobre diversos assuntos na internet, e em seguida realizamos reuniões para a apresentação das ideias, onde filtramos as pautas mais interessantes e relevantes. Entre elas, decidimos abordar a história e a atual situação do mercado mais popular e antigo de Manaus, o Adolpho Lisboa.

Posteriormente a escolha da temática com a orientação da professora, elaboramos a pauta, que Cotta (2005, p. 88) esclarece como o início de tudo e serve como planejamento do roteiro a ser seguido pelo repórter. “A pauta define o objetivo da matéria. Esta definição deve ser clara, indicando o propósito da escolha do assunto e com que finalidade foi feita esta escolha” (COTTA, 2005, p. 88).

Para as gravações utilizou-se equipamentos do estúdio de gravação da faculdade, como câmera, microfone com fio, iluminação e tripé. Na prática, dividiu-se em equipes para a captação das imagens do local e das entrevistas para a obtenção de dados e informações para a construção do texto narrado.

Vale ressaltar que o texto narrado também é chamado de *off*, uma “marcação técnica no script de telejornal que indica se o locutor estará lendo o texto sem aparecer na tela” (PATERNOSTRO, 2006, p. 212).

Com material coletado, o *off* foi escrito e encaminhado para edição em estúdio junto às demais reportagens, sob a responsabilidade do editor Cristiano Loureiro.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A ideia de produção da reportagem televisiva surgiu a partir de reuniões com a equipe em sala de aula para a criação do TeleNews. Após várias discussões, decidiu-se abordar a pauta sobre o Mercado Municipal Adolpho Lisboa, pela importância que o ponto turístico representa para a história da capital e à sociedade amazonense, além de estar próximo de completar dois anos de funcionamento, após passar oito anos com as portas fechadas para reforma.

A escolha da temática permitiu explorar as técnicas necessárias para a produção do conteúdo levando em consideração o embasamento teórico. Com base nisso, foi feita a elaboração da pauta pelo pauteiro, pessoa responsável por pesquisar a história, informações sobre a reforma e reinauguração, dar sugestões de perguntas e sobre o caminho de

construção da reportagem (BARBEIRO, 2002, p. 111). Também foi preciso solicitar autorização da administração do local e marcar a data para a gravação.

A pauta foi entregue ao repórter e aos demais membros da equipe responsável para estudarem com antecedência. Uma nova reunião foi realizada no dia da gravação, feita em um domingo, para definir os últimos detalhes.

No local foram gravadas as imagens internas e externas, levando em consideração o texto a ser escrito e, principalmente, a qualidade já que na TV a imagem é essencial para a compreensão do telespectador e deve-se ter essa “preocupação em todas as etapas da produção de uma reportagem para a TV, desde a pauta” (HERÓDOTO, 2002, p. 111).

Também foram coletados depoimentos de personagens para falarem de suas impressões sobre o espaço. Como o permissionário José Francisco, que há mais de 60 anos trabalha no Mercado e o comerciante Américo Silva responsável pela venda de diversos produtos regionais feitos a partir de sementes, madeiras e palhas. Os depoimentos de visitantes, como a assistente social Beatriz Santos e o Oswaldo Ferreira, de 7 anos, vindos da capital de Belém, no Pará. Além da gravação de uma passagem, dentro de um box para explicar quais os itens mais procurados, Bistane e Bacellar (2010) estabelecem como:

[...] o momento em que o repórter aparece na matéria. É quando ele assina o trabalho, e deve justificar essa intervenção fazendo algo imprescindível, que acrescente, que valorize a reportagem [...] (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 23).

O material coletado norteou a produção do texto para a montagem da matéria especial com a duração de 2 minutos e 25 segundos. Nesse processo, a imagem também deve acompanhar a narrativa e exige sensibilidade por parte do repórter na hora de redigir, conhecendo o material bruto, o que nas redações é chamado de decupagem.

Para escrever um texto de TV, precisamos saber quais as imagens disponíveis que temos para serem coordenadas com as informações. Não podemos escrever uma palavra que seja sem conhecer as imagens, ignorando-as. Temos de levar em conta que estamos trabalhando primordialmente com a imagem. Sem ela estaremos fazendo rádio, revista ou jornal (PATERNOSTRO, 2006, p. 86).

A estruturação do texto passa pela atual situação das vendas, resgate da história do Adolpho Lisboa, tempo de reforma, estrutura do Mercado, preços e a movimentação de visitantes. No entanto, a linguagem televisiva requer alguns cuidados na forma de transmitir a mensagem, assim como nos demais meios de comunicação como o jornal impresso e rádio. Pois, na TV a informação deve ser repassada com eficácia de uma só vez. Barbeiro (2002, p. 95) afirma que “o texto do telejornal tem uma estrutura de movimento,

instantaneidade, testemunhalidade, indivisibilidade de imagem e som, sintetização e objetividade”.

Já Paternostro (2006) apresenta a coloquialidade, frases curtas, concisas e diretas como parte desse processo, onde o “texto é escrito para ser falado (pelo locutor ou pelo repórter) e ouvido (pelo telespectador)” (PATERNOSTRO, 2006, p. 86).

Posteriormente, as imagens e a lauda do texto com os nomes, função e indicações de cortes das deixas das falas iniciais e finais dos personagens foram encaminhadas para edição final por meio do programa *Adobe Premiere*. Etapa fundamental para a montagem da reportagem com imagens de apoio intercaladas com sonoras, “termo que se usa para designar uma fala da entrevista” (PATERNOSTRO, 2006, p. 220), e sonorização de encerramento. Barbeiro (2002, p. 100) define como “contar uma história, e como toda história a edição precisa de uma sequência lógica que pelas características do meio exige a combinação de imagens e sons”.

CONSIDERAÇÕES

Produzir o produto audiovisual sobre o Mercado Adolpho Lisboa proporcionou conhecer a história e a realidade do espaço dois anos após a reinauguração. Além de entender como funciona a prática jornalística para a televisão. Vivenciar o processo também ajudou a compreender a importância e a relação do conhecimento teórico transmitido em sala de aula com o modo de fazer jornalismo.

Tendo em vista que a reportagem é uma forma de documentar o conteúdo abordado e de informar a sociedade de maneira mais aprofundada, a partir de várias vozes, com pontos de vistas diferentes sobre determinado assunto. Proporcionando à sociedade a formação de opinião com posicionamentos críticos. Mas, cabe ao jornalista o papel de pesquisar, confrontar dados para então relatar com clareza e objetividade.

Pensar em uma pauta especial requer levantamento de dados, sugestões de perguntas, entre outras etapas a fim de deixar o repórter preparado para as entrevistas. Pois, uma boa apuração faz diferença na hora de fazer a reportagem, bem como na organização das informações. Mas vale salientar que o repórter também deve ter a iniciativa de preparar-se antes e usar sua sensibilidade e criatividade em campo.

E não se pode esquecer das imagens. Fazer as sugestões, ainda, na pauta norteou a equipe refletir sobre os ângulos a serem feitos, ideias de passagens e na elaboração do texto,

por sinal deve estar em sintonia com o que será mostrado ao telespectador. Sem esquecer-se da linguagem coloquial, direta, informativa e clara.

Portanto, compreendeu-se que as etapas citadas tornaram o trabalho mais rico e qualitativo. Para a equipe, a experiência foi de fundamental importância por possibilitar conhecer mais sobre uma parte da história de Manaus, para a formação acadêmica e, futuramente serão colocadas em prática no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2010.

COTTA, Pery. **Jornalismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Rubio, 2005.

G1 AMAZONAS. **Em Manaus, reforma do Mercado Adolpho Lisboa termina em outubro**. Disponível em: <g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2013/02/em-manaus-reforma-do-mercado-adolpho-lisboa-termina-em-outubro.html>. Acesso em 28 mai. 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Vozes, 1985.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

PORTALAMAZONIA.COM. **Mercado Municipal Adolpho Lisboa – o impasse continua**. Disponível em: <<http://portalamazonia.com/debemcomaamazonia/noticias/noticias-detalle/editorias/mercado-municipal-adolpho-lisboa-de-manaus-o-impasse-continua/?cHash=00153c20c14704ef5ce7ec289622216f.html>>. Acesso em 28 mai. 2016.

PREFEITURA DE MANAUS. **Série Conheça Manaus destaca o Mercado Municipal Adolpho Lisboa como atrativo do Centro Histórico**. Disponível em: <<http://www.manaus.am.gov.br/2014/09/18/serie-conheca-manaus-destaca-o-mercado-municipal-adolpho-lisboa-como-atrativo-do-centro-historico/hml>>. Acesso em 28 mai. 2016.