

Webdocumentário Caminhoneiras¹

Ailime Kamaia Espinola MOREIRA²
Luzimary Cristina Pedro CAVALHEIRO³
Felipe HARMATA⁴
Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

O objetivo deste trabalho é dar visibilidade às mulheres, de profissão caminhoneira, por meio de um webdocumentário, trazendo relatos pessoais sobre vários temas pertinentes ao cotidiano na estrada. Há um resgate teórico sobre gênero e preconceito, representações sociais, comunicação e internet e webdocumentário. Como fontes, utiliza a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. É relevante o estudo à medida que informa e esclarece sobre a rotina destas mulheres e discute a relação da caminhoneira com a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: caminhoneiras; gênero e preconceito; webdocumentário.

1 INTRODUÇÃO

O webdocumentário “Caminhoneiras” retrata fragmentos da vida dessas profissionais por meio de um produto documental. Foram abordados assuntos como o cotidiano destas profissionais, vaidade, segurança, drogas, família e histórias.

O Brasil apresenta três milhões de caminhoneiros, sendo que as mulheres representam apenas 1% desse total (FILHO, 2009, p.9). A falta de dados referentes a estas profissionais são constatadas em sindicatos, federações e associações. Além disso, há uma falta de representatividade das caminhoneiras nos veículos de comunicação, de todos os portes e segmentos, justificando a relevância social do produto. Sendo assim, o tema deste produto se mostra relevante e original, devendo preencher uma lacuna. O tratamento jornalístico-documental em relação à temática deve fornecer as ferramentas para proporcionar conteúdo informativo com uma linguagem simples e de fácil acesso.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Multimídia.

² Aluno líder do grupo e recém-graduada do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, email: aikaem@hotmail.com.

³ Recém-graduada do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, email: luzimary_cavalheiro@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, email: feharmata@yahoo.com.br.

O webdocumentário aborda os assuntos em blocos: profissão, histórias de caminhoneira, família, drogas, vaidade, alimentação, relacionamentos amorosos e segurança. Cada tópico está ligado a outro ou a subtemas, sendo que todos estão interligados, numa espécie de rede descentralizada. Apesar de o formato webdocumentário contemplar diversas mídias como fotos e textos, o elemento principal do produto são os vídeos que compõem o site www.caminhoneiras.com.

2 OBJETIVO

O objetivo foi trabalhar o tema explorando ao máximo o formato webdocumentário e utilizando elementos e referencial teórico sobre documentário. A ideia foi mostrar um olhar diferenciado sobre uma atividade profissional presente na sociedade brasileira. Afinal, é papel de o documentário representar “uma determinada visão do mundo, uma visão com a qual talvez nunca tenhamos nos deparado antes, mesmo que os aspectos do mundo nela representados nos sejam familiares” (NICHOLS, 2005, p. 47). Os “olhares” propostos sobre o tema foram delimitados pelos tópicos já mencionados, como questões de gênero, transporte rodoviário de cargas, saúde da trabalhadora, família, etc.

3 JUSTIFICATIVA

Ao decidir abordar uma classe profissional com um recorte de gênero, neste caso o feminino, é necessário ampliar os debates sobre o tema, fazendo uma análise histórica e da conjuntura atual dessas profissionais como gênero e classe.

As diferenças no tratamento de gênero não se restringem à remuneração financeira ou jornada de trabalho, a própria escolha da atividade remunerada passa pelo crivo do socialmente aceito como “trabalho de homem” e “trabalho de mulher”.

Se repassada a História, fica claro que coube à mulher o trabalho reprodutivo (atividades domésticas, ligadas à manutenção da família) e ao homem o produtivo (atividade com fins econômicos), sendo que, “para as mulheres, a vivência do trabalho implica sempre a combinação dessas duas esferas, seja pela articulação, seja pela superposição, tanto no meio urbano quanto no rural” (BRUSCHINI, 2007, p. 542).

As trabalhadoras até hoje predominam a ocupação de postos de trabalho do Setor de Serviços, sendo que essas áreas são vistas tradicionalmente como femininas. Os “guetos” em que se concentram as mulheres são: “educação (81% de mulheres), saúde e bem-estar social (74%), humanidades e artes (65%)” (BRUSCHINI, 2007, p. 549). Essas áreas podem

ser encaradas como uma extensão do que é o trabalho doméstico, já que se ocupam de instruir e cuidar do bem-estar do outro. Os redutos masculinos são áreas de engenharia, produção e construção, vistas em geral como de maior prestígio e capazes de oferecer maiores recompensas salariais.

Os nichos de trabalho feminino costumam oferecer menor qualidade ou condições precárias, como no caso de trabalhador doméstico (onde as mulheres são 90%), atividades sem remuneração ou na produção para consumo próprio ou do grupo familiar.

Escolher uma profissão relacionada ao sexo masculino costuma trazer alguns ônus para as mulheres, como salários menores. Essa realidade se reproduz tanto em profissões para as quais é exigido o nível superior completo, quanto nas atividades em que a escolaridade não é requisito. Porém, em algumas profissões está ocorrendo uma inversão desses valores, e as mulheres começam a ser preferidas como força de trabalho. A escolha por profissionais do sexo feminino se dá pelo fato de as mulheres estarem associadas a virtudes como organização, atenção aos detalhes, prestatividade e delicadeza. Outro motivo que tem aumentado a contratação de mulheres em atividades consideradas masculinas é o quesito “confiança”. Em geral, as mulheres não costumam ser associadas à vícios em álcool ou drogas e transpassam uma imagem de confiabilidade a patrões e clientes. Apesar de não serem a maioria, o número de mulheres atuando no transporte de cargas, como caminhoneiras, é cada vez mais expressivo.

Estima-se que no Brasil haja dois milhões de caminhões, sendo operados por três milhões de caminhoneiros (NA BOLEIA..., 2010), sendo que menos de 1% desse total seja de mulheres caminhoneiras (dado da Associação Brasileira dos Caminhoneiros) (FILHO, 2009, p.9). A Federação dos Caminhoneiros Autônomos (FENACAM) contabiliza 1.400 milhão de profissionais que atuam de forma autônoma, entre homens e mulheres, e 128 mil desses profissionais apenas no Paraná. Conseguir números precisos dessa realidade é difícil. Sindicatos, federações e associações não costumam ter em seus registros os números totais de profissionais, e muito menos as porcentagens de mulheres atuando como caminhoneiras. A falta de dados de certa forma confere maior importância para o webdocumentário *Caminhoneiras*, pois demonstra a falta de representatividade dessas profissionais dentro dos próprios órgãos da categoria.

As representações sociais são o que se pode chamar de teoria do conhecimento social e, ao mesmo tempo, um método de avaliação da comunicação social, como descreve a teórica Sandra Jovchelovitch (2000). Pode-se considerar o senso comum como o grande

caracterizador das representações sociais. É por causa dele que se formam estereótipos e preconceitos. As mídias massivas e a indústria cultural constituíram opiniões de caráter coletivo. Hoje, com a internet, a mídia de massa deixou de ser o maior meio difusor de informações, e ainda divide este papel, com as redes de relacionamentos na web. O compartilhamento de informações na internet tem um papel fundamental dentro destas construções. Porém, nota-se que estes espaços também possuem pensamentos do senso comum e são legitimados dentro deste universo consensual.

Como pessoas comuns, sem o benefício dos instrumentos científicos, tendemos a considerar e analisar o mundo de uma maneira semelhante; especialmente quando o mundo em que vivemos é totalmente social. Isso significa que nós nunca conseguimos nenhuma informação que não tenha sido distorcida por representações ‘superimpostas’ aos objetos e às pessoas que lhes dão certa vaguidade e as fazem parcialmente inacessíveis. (MOSCOVICI, 2003, p. 33)

A realidade social se dá por meio da junção de ideias individuais. Ainda que um fato possa parecer estranho quando é realizado por apenas uma pessoa, este mesmo fato torna-se normal quando há aceitação coletiva. Um discurso pode criar nós de estabilidade e recorrência com base comum de significância (MOSCOVICI, 2003, p. 51). Mas o senso comum não para. O tempo todo está sendo criado e recriado por imagens simbólicas provindas tanto do conhecimento científico e tecnológico quanto de outras áreas da sociedade. Estes retoques alteram constantemente significados, comportamentos e linguagens.

As caminhoneiras costumam ter pouca representação na sociedade. Profissionais do gênero masculino já foram personagens de programas de TV, filmes e seriados. Nos jornais, quando a profissão é citada normalmente são entrevistados homens. Não é comum associar mulheres ao ofício, talvez por isso o número de personagens e fontes dessa profissão, pertencentes ao sexo feminino sejam raras. O termo “caminhoneiras” também é utilizado de maneira pejorativa para designar mulheres homossexuais.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Webdocumentário é um formato midiático exclusivo para a Internet, que faz uso de diferentes modelos comunicacionais para tratar de um tema comum. O recurso audiovisual costuma ser predominante e entrelaça as demais informações. Além da utilização de vídeos e áudios, o uso de textos, fotografias e outras imagens (como mapas e ilustrações) são comuns.

A criação de um novo formato midiático se fez necessária com os avanços tecnológicos e sociais vividos no final do século XX. De acordo com Maíra Gregolin, Marcelo Sacrini e Rodrigo Augusto Tomba, autores do artigo *Web-documentário – Uma ferramenta pedagógica para o mundo contemporâneo* (2002), dois fenômenos podem ser observados:

O primeiro é a interatividade, que começa a se fazer presente a partir dos anos 80: as pessoas começam a interagir nos documentários quando questionadas ou provocadas. O segundo fenômeno é mais recente e inegável: uma revolução da linguagem permitida pelo uso e suporte nos meios originados com as novas tecnologias. (GREGOLIN, SACRINI e TOMBA, 2002, p. 14)

Por se tratar de um produto desenvolvido para a internet o formato não-linear e descontínuo é mais adequado para o meio. “Espalhar” o conteúdo audiovisual pelo website é uma forma de promover a interação do internauta com a página. A fragmentação do conteúdo e a edição com vários cortes, criando cenas menores, também se adequam ao usuário de internet, já que os conteúdos postados na rede mundial de computadores costumam ser mais dinâmicos.

No webdocumentário os vídeos são descontínuos e apresentam o produto de maneira fragmentada, permitindo ao internauta, interação e escolha nos caminhos de leitura. Apesar dessa fragmentação e descontinuidade, os vídeos apresentam relação entre si. Secundariamente, os textos, mapas e fotos contribuem para enriquecer o formato. Webdocumentários ainda fazem parte de um modelo pouco estudado entre as novas mídias. Mas baseiam-se, principalmente nos modelos de documentários para cinema e televisão. As características de roteiro e produção são semelhantes. O que muda é a construção do modelo que é baseado na forma de leitura que a Internet exige. Os principais elementos da linguagem audiovisual da Internet estendem-se ao webdocumentário e são eles, a versatilidade nos relacionamentos dos conteúdos abertos, as ações quanto à mobilidade do conteúdo, mídia múltipla, links contextuais e comunicações sincrônicas e assíncronas (FERRARI, 2007, p. 123-128).

A interação não surgiu com a Internet, outras mídias como a TV, o rádio, o telefone sempre proporcionaram níveis de interatividade. Até mesmo o livro e a fotografia podem utilizar a interatividade, mas a Internet elevou ao máximo esse processo. O fim da linearidade contribuiu nestas mudanças. Depois da integração entre as mídias, tudo mudou. Anteriormente, a fotografia, o vídeo, o áudio e a escrita eram mídias únicas, hoje uma mídia leva a outra, possibilitando a interação entre elas.

O texto para Internet é objetivo, claro e direto, deve estar adaptado à linguagem deste meio. No webdocumentário, o texto também é assim e exerce uma função complementar. Uma frase pode informar o que não pode ser captado pelas imagens. Contudo, dentro do webdocumentário, o texto amplia o nível de informações, é auxiliar e coadjuvante do todo.

Outra forma de enriquecer o webdocumentário é integrar mapas, infográficos e fotografias ao produto. Estes conteúdos podem ser estáticos ou não. Valorizam as informações principais e podem ser usados como alternativas de trajeto no *website*.

A fotografia pode exercer uma função poética/artística, jornalística/histórica ou publicitária. Quando imersa no *player* (visualizador) de vídeo ou em outras áreas do webdocumentário, constrói um novo tipo de arquitetura audiovisual, pois geralmente é mesclada com sons ou efeitos visuais. Este produto permite o uso de todos os gêneros de fotografia, mas fará uso majoritariamente da função jornalística, ou seja, priorizará a informação antes da estética/arte. No entanto, as imagens/fotografias são usadas mais para produzir uma narrativa do que uma única informação.

Além da preocupação com o conteúdo, o formato exige um cuidado específico na interface do produto, principalmente em como o usuário vai interagir com o site. A classificação do conteúdo, bem como a forma de exposição do mesmo são determinantes para que o produto tenha uma leitura fácil, agradável e com isso seja bem-sucedido.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O webdocumentário Caminhoneiras é um website interativo e de leitura não-linear, criado no editor de sites Wix. O conteúdo audiovisual engloba entrevistas com caminhoneiras, registro de uma viagem com uma delas, orientações de especialistas da área de saúde. Contém sete eixos principais (Histórias de caminhoneira, profissão, família, vaidade, drogas, relacionamento amoroso, alimentação e segurança) mais o conteúdo extra (making of, glossário, personagens, outras histórias e serviços). O site é acessível pelo endereço: www.caminhoneiras.com. Para plataformas móveis foi desenvolvido um aplicativo específico em que são visualizados apenas resumos sobre o conteúdo, fotos e link para a Fan Page do webdocumentário. Para ver a plataforma móvel em computadores o endereço é m.caminhoneiras.com.

Cada um dos sete eixos principais contém um vídeo abordando o assunto. O tópico Histórias de Caminhoneira, apesar de fazer parte do mesmo eixo, contém um número

variável de vídeos. Além disso, existem vídeos secundários localizados na mesma página dos principais. Outros conteúdos audiovisuais (vídeos, fotos e textos) podem ser encontrados em áreas específicas como: serviços, making of e outras histórias. No total são 14 vídeos, dois slides shows, e cinco galerias de fotos, além de textos e um diário de estrada. Todos os conteúdos se relacionam entre si.

A estética do site tem alguns detalhes da mecânica “pesada” mesclada com características do universo feminino. O layout da página principal tem como plano de fundo a foto de uma das personagens entrevistadas. As cores usadas são tons de marrom, laranja, preto e salmão. O editor de sites *Wix* possuiu acervo próprio de ícones e fotos, mas optou-se por utilizar conteúdos autorais e/ou imagens gratuitas do site *The Noun Project* (thenounproject.com), que compartilha símbolos facilmente reconhecíveis. O movimento faz parte da vida das caminhoneiras, por isso a escolha de ter vários itens animados no site.

Em cada página dos temas principais são encontrados, vídeos, textos, fotos e ícones que levam a outros tópicos. Todas as páginas possuem alternativas distintas de navegação, sendo que as opções são baseadas no assunto principal daquela página, ou seja, todos os vídeos, mesmo pertencentes a outro núcleo de navegação, interagem com os demais por três parâmetros: ligações contextuais, temática e personagens.

No item Histórias de Caminhoneira os vídeos possuem uma estrutura um pouco diferente dos demais. Cada vídeo mostra o relato de apenas uma caminhoneira, contando uma história específica. Essas histórias foram escolhidas por serem representativas do estilo de vida dessas profissionais e por serem específicas de cada uma das mulheres ouvidas. Além disso, essas histórias se destacavam e se distanciavam do restante do relato sobre um dos tópicos propostos.

No tópico Serviços, dentro do item de Extras é possível assistir vídeos em que especialistas (fisioterapeuta e farmacologista) dão informações, orientações e dicas sobre postura e uso do rebite.

Por fim, os vídeos presentes no making of (dentro do item Extras) mostram as caminhoneiras interagindo com as produtoras, “fora” do momento de entrevista. Por não fazerem parte da narrativa principal do webdocumentário, optou-se por fazer os vídeos em preto e branco, acentuando a diferença destes vídeos com relação aos demais. Esses dois vídeos também exemplificam os termos utilizados por caminhoneiros, descritos no tópico Glossário.

Por se tratar de um produto audiovisual que utiliza o modelo de documentário, para trabalhar o roteiro de *Caminhoneiras* foi feito uma espécie de esboço sobre quais assuntos seriam tratados dentro de cada grande tema. O local de gravação com as caminhoneiras já havia sido definido nesta etapa do esboço, em que ficou decidido que todas as retratadas seriam entrevistadas em seu próprio caminhão (área interna, boleia). Já as imagens de cobertura além de gravadas na boleia poderiam ser feitas ao lado dele, enquanto exerciam alguma atividade relacionada ao seu trabalho cotidiano (área externa, pátio de postos de gasolina, estacionamento, garagem ou área de carregamento e descarregamento de carga). Além disso, os vídeos deveriam ser editados no formato mosaico, em que os relatos das quatro caminhoneiras seriam utilizados de forma alternada.

Após as gravações, já com o material dividido entre os temas principais foi avaliado quais entrevistadas deram relatos que ilustrassem melhor os tópicos pré-definidos.

Desde o início do projeto a ideia era construir um webdocumentário o mais interativo possível e com possibilidades de se passar de um tema correlato para outro de forma simples. Para isso, optou-se pelo uso de ícones, simbolizando cada tópico.

Foram contabilizados dois meses de pesquisa de personagens e produção, sendo duas semanas descontínuas de filmagens. A pesquisa começou com buscas na internet por notícias sobre caminhoneiras, mas que trouxe pouco resultado. A procura por personagens incluiu consultas a sites de redes sociais, pedido de indicação para conhecidos, visitas a postos de combustível com grande concentração de caminhoneiros e presença de agenciadores de carga, sendo este o mais efetivo.

Um dos agenciadores avisou da chegada de uma caminhoneira, que se prontificou a conceder entrevista. A capixaba Alessandra foi acompanhada durante um dia de trabalho em Curitiba e Campo Largo. Rosângela, que havia sido contatada inicialmente pelo Facebook, avisou que viajaria para São Paulo e permitiu ter a viagem gravada. A saída ocorreu por volta das 15 horas de um domingo e o retorno foi às 23 horas do dia seguinte. As filmagens ocorreram durante toda a viagem.

A gaúcha Clari Rodrigues foi indicada por uma ex-caminhoneira de Paranaguá. Na ocasião, Clari estava com a filha Carla, de 18 anos. As filmagens aconteceram num posto de gasolina e duraram três horas. No final, a caminhoneira indicou uma colega de profissão que se tornou a quarta personagem. Rosi Silva da Cunha, também conhecida como Ronaldinha ou Celebridade é uma paraense que mora em Estrela (RS), mesma cidade de Clari. No total, foram 4 horas e meia de produção e filmagens com Rosi.

Além das personagens do webdocumentário foram realizadas entrevistas com especialistas para o tópico de serviços. A farmacologista Tatiana Herrerias explicou sobre os efeitos do uso anfetaminas e mais especificamente sobre o rebite. A fisioterapeuta Patrícia Rossafa Branco falou sobre problemas relacionados à ergonomia e deu dicas de postura na direção. A terceira especialista foi a nutricionista Franciele Carneiro, que deu dicas de alimentação. O conteúdo desta entrevista foi utilizado em forma de texto.

6 CONSIDERAÇÕES

Tendo como ponto de partida a reflexão de como se poderia abordar temas da vida de caminhoneiras em um produto interativo, conclui-se que uma das melhores alternativas seria trabalhar com um webdocumentário. Capaz de suportar vídeos, fotos e textos, o produto poderia mostrar vários aspectos do assunto proposto, tudo de maneira integrada.

Por ter personagens com perfis distintos entre si, foi possível compor vídeos com depoimentos complementares e com visões diferenciados sobre um mesmo aspecto. As quatro personagens escolhidas ilustram visões de mundo que estavam encobertas pelo senso comum. Presentes em vários estados do Brasil, as caminhoneiras puderam demonstrar seus modos de vida neste webdocumentário.

Além de mostrar o cotidiano das caminhoneiras, a proposta do webdocumentário foi expor as impressões das personagens sobre a profissão exercida, a relação que elas mantêm com a família, relacionamentos amorosos, beleza, segurança pessoal e saúde. Com a construção do produto, percebeu-se a necessidade de criar um espaço específico para reunir as histórias mais marcantes de cada personagem. Esses relatos confirmaram algumas ideias pré-concebidas sobre como seria a vida de caminhoneira, porém serviram para desmistificar outros conceitos de como seria a rotina na estrada.

Uma forma de trabalho foi definida no início da produção, entretanto, com o andamento das pesquisas e da produção, verificou-se a necessidade de adequar a estratégia de acordo com a disponibilidade de cada personagem. A falta de horários e de uma rotina fixa das caminhoneiras fez com que algumas mulheres contatadas não pudessem ser entrevistadas em tempo hábil, ainda que elas tivessem se disponibilizado e sido pré-selecionadas. Outra adequação necessária foi o tempo de gravação com cada entrevistada. Enquanto com uma foi possível acompanhar uma viagem a outro estado, com outras, as entrevistas foram gravadas em apenas um período do dia.

Outro aspecto positivo foi a possibilidade de captar de forma abundante o material em vídeo e fotográfico, o que enriqueceu a narrativa presente no site. O interessante deste projeto audiovisual foi a possibilidade de reaproveitar vários conteúdos que não estavam no esboço/roteiro inicial.

A construção do website pelas próprias realizadoras foi importante para proporcionar uma maior liberdade na criação do layout. Vários itens do site puderam ser compostos por conteúdos autorais, proporcionando melhor adequação do design ao tema.

Ao criar um produto de relevância social, as idealizadoras obtiveram crescimento profissional e satisfação pessoal, durante todas as etapas do projeto. A superação dos objetivos iniciais foi o maior ganho na finalização deste projeto. Tanto as discussões da fase teórica, quanto a produção, se mantiveram dentro do esperado e em alguns momentos ultrapassaram o desejado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUSCHINI, M. C. A. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. In: **CADERNOS de Pesquisa**, v. 37, n. 132. São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 2007. p. 537-572. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issuetoc&pid=0100-157420070003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 4 de jun. 2012.
- FERRARI, P. **Hipertexto Hiperímídia**. As novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.
- FILHO, C. G. O lado feminino das estradas. **Ecovia Revista**. São José dos Pinhais, ano 4, n. 61, p. 8-9, mar/abr 2009.
- GREGOLIN, SACRINI e TOMBA. **Web-documentário**. Uma ferramenta pedagógica para o mundo contemporâneo, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/tomba-rodrigo-web-documentario.pdf>. Acesso em 6 de jun. 2012.
- JOVCHELOVITCH, S. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2000. P. 63 – 85.
- MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: Investigações em psicologia social. Petrópolis, 2003 p. 29 a 37.
- NA BOLEIA DO CAMINHONEIRO EM PARANAGUÁ. Paranaguá: COOPADUBO / COOPANEXOS, 2010.
- NICHOLS, B. **Introdução ao documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.