

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PORGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

JULIANA SILVA FONTOURA

**TRENS URBANOS: UM ESTUDO SOBRE AS MODALIDADES
COMUNICATIVAS NO COTIDIANO DAS VIAGENS DE
TREM NO RIO DE JANEIRO**

Rio de Janeiro
2017

JULIANA SILVA FONTOURA

**TRENS URBANOS: UM ESTUDO SOBRE AS MODALIDADES
COMUNICATIVAS NO COTIDIANO DAS VIAGENS DE
TREM NO RIO DE JANEIRO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisitos parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a JANICE CAIAFA

Rio de Janeiro
2017

CIP - Catalogação na Publicação

Ss677t SILVA FONTOURA, JULIANA
TRENS URBANOS: UM ESTUDO SOBRE AS MODALIDADES
COMUNICATIVAS NO COTIDIANO DAS VIAGENS DE TREM NO
RIO DE JANEIRO / JULIANA SILVA FONTOURA. -- Rio de
Janeiro, 2017.
104 f.

Orientador: JANICE CAIAFA.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, 2017.

1. TRENS. 2. COMUNICAÇÃO. 3. CIDADE. 4.
TRANSPORTE. 5. SUPERVIA. I. CAIAFA, JANICE, orient.
II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Juliana Silva Fontoura

TRENS URBANOS

Um estudo sobre as modalidades comunicativas no
cotidiano das viagens de trem no Rio de Janeiro

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisitos parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Aprovada em:

Professora Dr^a. Janice Caiafa (Orientadora), ECO
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professora Dr. Michael Herschmann
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professora Dr. Ricardo Ferreira Freitas
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

*A todos os passageiros de trens que conversam,
brincam, trabalham e fazem da cidade um
lugar mais interessante para se viver.*

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e marido, por todo apoio desde antes do início do mestrado.

À Janice Caiafa, por toda orientação, paciência, comentários e críticas.

Ao Michael Herschmann e Ricardo Freitas por serem grandes professores e uma banca tão colaborativa.

À Universidade Federal do Rio de Janeiro e a Escola de Comunicação pela oportunidade de estudar, de aprender e de ter visão crítica.

À Universidade Estadual do Rio de Janeiro por me aceitar como ouvinte e por agregar tanto ao meu desenvolvimento acadêmico.

A todos os passageiros de trem que dividiram comigo, enquanto pesquisadora, suas histórias, frustrações, atenção e alegrias nas viagens de trem.

A Deus, que até aqui me ajudou.

FONTOURA, Juliana Silva. Trens Urbanos: Um estudo sobre as modalidades comunicativas no cotidiano das viagens de trem no Rio de Janeiro. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

RESUMO

A presente pesquisa se propõe a estudar as formas de comunicação existentes no ambiente dos trens na região metropolitana do Rio de Janeiro. Inicialmente exploramos aspectos da história da implantação da ferrovia no Rio de Janeiro até chegarmos aos dias atuais, nos quais o serviço de transporte urbano de passageiros é operacionalizado pela empresa Supervia. A partir de um referencial teórico composto por autores que trabalham conceitos que relacionam espaço e comunicação, de observação participante no ambiente dos trens, entrevistas, análise de documentos e pesquisa em mídias sociais, analisamos, através de viés sociocultural, a construção de processos comunicativos no cotidiano das viagens, evocando incidentalmente outros contextos, como o ônibus e o metrô. Examinamos as formas de transmissão das mensagens entre a concessionária e os usuários, bem como entre os próprios passageiros. E avaliamos, à luz dos conceitos de comunicação empresarial e imagem de marca, os principais canais de comunicação disponibilizados pela Supervia.

Palavras-chave: Trens; Comunicação; Cidade; Rio de Janeiro; Transportes; Supervia; Baixada.

FONTOURA, Juliana Silva. Trens Urbanos: Um estudo sobre as modalidades comunicativas no cotidiano das viagens de trem no Rio de Janeiro. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

ABSTRACT

The present research proposes to study the forms of communication existing in the train environment in the metropolitan region of Rio de Janeiro. Initially we explored aspects of the history of the implantation of the railroad in Rio de Janeiro until we reach the present day, in which the urban passenger transportation service is operated by the company Supervia. Based on a theoretical framework composed by authors who work on concepts that relate space and communication, participant observation in the trains environment, interviews, document analysis and social media research, we analyze, through a sociocultural bias, the construction of communicative processes in the Of incidentally evoking other contexts, such as the bus and subway. We examine the ways in which messages are transmitted between the dealership and the users, as well as between the passengers themselves. And we evaluated, in the light of the concepts of business communication and brand image, the main communication channels made available by Supervia.

Keywords: Trains; Communication; City; Rio de Janeiro; Transport; Supervia; Baixada Fluminense.

LISTA DE FIGURAS

Fig.1 Passageiros seguram as portas e aguardam o momento do embarque.	68
Fig.2 Passageiros correm e empurram no momento em que as portas se abrem	68
Fig 3:foto de comunicado colado no interior dos trens informando a proibição do consumo de bebidas alcoólicas no interior dos vagões	98
Fig 4:foto de comunicado colado no interior dos trens informando a proibição da realização de cultos religiosos no interior dos trens.	98
Fig 5:Adesivo publicitário com informe sobre a reforma em determinado trem.	99
Fig 6:Adesivo carro das mulheres 1	99
Fig 7:Adesivo carro das mulheres 2.	99
Fig 8:Informativo sobre as regras de conduta no ambiente ferroviário.	100
Fig 9: Material publicitário desatualizado e envelhecido, em exposição nos trens	101
Fig 10: Trens antigos em circulação.	102
Fig 11. Novos trens em circulação	102
Fig 12: Reportagem sobre a violência nos trens cariocas.	103

SUMÁRIO

Introdução -----	10
1. Uma breve história dos trens urbanos no Rio de Janeiro-----	19
2. Comunicação — Imagem, notícia e publicidade -----	31
2.1 A comunicação no ambiente ferroviário -----	31
2.2 Mensagens institucionais: orientação para o usuário -----	33
2.3 Mensagens institucionais: a propaganda -----	42
2.4 Mensagens institucionais: os canais de comunicação -----	44
2.5 Os trens no noticiário carioca: algumas observações -----	51
3. Comunicação face a face durante as viagens-----	55
3.1 O ambiente social dos trens - a cidade dentro dos vagões -----	55
3.2 Cultura de Solidariedade -----	59
3.3 Cultura de manifestações e violência -----	67
3.4 Um personagem importante: o vendedor ambulante -----	78
Considerações Finais -----	86
Bibliografia-----	90

Introdução

O trem é a mensagem

Há algumas décadas, as pesquisas sobre mobilidade urbana e questões territoriais já não são exclusividade do campo da geografia e das engenharias. Marialva Barbosa (2013) cita a invenção do telégrafo como um grande marco que separaria os meios de comunicação dos meios de transporte. Segundo a autora, até a era do telégrafo, para que a comunicação circulasse pela cidade era preciso que o meio na qual ela estava impressa ou o corpo do falante se movimentasse com ela. Hoje, muitos anos após a invenção do Telégrafo, outros meios de comunicação possibilitam às mensagens chegarem até o seu destino sem a necessidade de se deslocar fisicamente. Como exemplo das tecnologias atuais encontram-se as televisões, o rádio, os computadores, celulares e tantos outros aparelhos.

Não vivemos mais em uma sociedade oral, onde a comunicação era basicamente gestual e orientada para o outro. Entretanto, também não abandonamos completamente essa forma de comunicação. Os meios de transporte, apesar de possuírem como principal objetivo o deslocamento humano e de cargas, ainda transportam as mensagens transmitidas gestual e oralmente pelos passageiros.

Baitello (2005) afirma que é inequívoca a relação entre espaço e comunicação. O autor relembra a origem latina da palavra comunicação: *communis*, que significa tornar comum ou conhecido. Desta forma, existem três sentidos principais atribuídos para esta palavra ao longo da história: um objeto tornado comum, os meios de transporte e os meios de comunicação.

Em conformidade com o pensamento de Baitello, faremos uso também dos estudos de Pierre Levy, que abordam em conjunto a mobilidade física e a comunicação. O autor afirma que há um efeito de influência mútua entre transportes e comunicações e ambos auxiliam a modificar o espaço prático (LEVY, 1998). Observemos que espaço prático não é igual ao geográfico, enquanto o primeiro está relacionado à percepção de proximidade afetiva, o segundo é exato e pode ser medido em metros ou quilômetros. Quando um meio de transporte reduz o tempo de viagem diário, ele é capaz de modificar o espaço prático, entretanto o espaço físico ou geográfico permanecerá o mesmo.

Partindo dos princípios apresentados, esta pesquisa se enquadra no campo da comunicação que compreende também os meios de transporte como fundamentais para

o desenvolvimento dos estudos midiáticos e culturais. Assim, podemos considerar que as linhas de trem não são tão diferentes das linhas telefônicas. E, na mesma orientação de pensamento, os meios de transporte podem ser considerados tão importantes para disseminação de comportamentos, pensamentos e até mesmo notícias quanto os meios de comunicação.

O objetivo desta pesquisa consiste em observar a comunicação presente no interior dos vagões dos trens e no ambiente das plataformas. E para tal consideramos como forma de comunicação as interações interpessoais, os diálogos entre os passageiros, as mensagens visuais e sonoras transmitidas pela empresa, as reclamações dos usuários, a atuação dos vendedores ambulantes, e até mesmo as notícias veiculadas pela grande mídia.

Partimos do questionamento básico sobre como se dá a produção da comunicação no cotidiano das viagens de trem e nos perguntamos, de forma secundária, quais são os fatores que interferem na rotina dessas viagens. Exploramos as diversas modalidades comunicativas que compõem o ambiente ferroviário.

Em uma região de grande relevância internacional como a área da cidade do Rio de Janeiro e seu entorno, a presença do transporte sobre trilhos é de vital importância para locomoção de pessoas e mensagens. O meio ferroviário transporta mais passageiros por composição do que o rodoviário¹ e ainda possui a vantagem de percorrer sua rota sem engarrafamentos e constantes atrasos. Com um bom controle de tráfego, o trem é seguro e menos suscetível a acidentes fatais². Contudo a implementação de um veículo como este é custosa e de resultados visíveis majoritariamente em longo prazo.

¹ Uma composição com oito carros tem capacidade para transportar até 2.400 passageiros de uma só vez. Enquanto os maiores ônibus superarticulados – atualmente em operação no sistema BRT – possuem capacidade para transportar até 200 passageiros. Fontes: Site da Supervia: <http://www.supervia.com.br/noticia/estado-e-supervia-entregam-mais-dois-trens-a-populacao/727> acessado em 07/07/2016 às 12h06 e site do jornal O Dia: <http://odia.ig.com.br/noticia/odia-nocoletivo/2015-08-12/brt-ganha-sete-onibus-superarticulados.html> acessado em 07/07/2016 às 12h16

² Segundo a Revista Ferroviária, em 2014 foram registradas 48 mortes nos trechos operados pela Supervia, enquanto a CCR Nova Dutra, registrou 184 mortes no mesmo período. O número total de mortes por acidentes de transporte, registradas pelo SUS, no ano de 2014, no Rio de Janeiro é 60 vezes maior do que as mortes registradas na Supervia, ou seja: 2913 mortes. Fontes: Revista Ferroviária: <http://www.revistaferroviaria.com.br/index.asp?InCdEditoria=2&InCdMateria=23901>, acessado em 07/07/2016 às 12h42. Associação Brasileira de Transporte e Logística de Produtos Perigosos: <http://www.abtlp.org.br/index.php/ccr-novadutra-registra-o-menor-indice-de-vitimas-fatais-em-18-anos/> acessado em 07/07/2016 às 12h43 e Data base do SUS: <http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?sim/cnv/obt10rj.def> acessado em 07/07/2016 acessado às 12h44.

Enquanto outros modais passam por reformas de ampliação com duração de meses (expansão da Avenida Brasil, inauguração de novas estações de BRT, criação de uma pista rápida na Rodovia Presidente Dutra na altura da Baixada Fluminense), o trem e o metrô necessitam de anos para avançar 10 km e ganhar uma nova estação.

Nem sempre é possível constatar de imediato os benefícios de uma longa obra no meio ferroviário. O governante que iniciasse a sugestão de inserção de uma nova estação de trem, não poderia inaugurá-la dentro de um único mandato. Seria necessário submeter à proposta a outras instâncias do governo, abrir licitações, possivelmente avaliar a necessidade de empréstimos e aquisição de tecnologia importada e só então iniciar a obra, que poderia levar anos para sua conclusão.

Muitas vezes este prazo ultrapassa a duração de um mandato ou simplesmente o alto investimento não seria tão rapidamente percebido pelos eleitores. E a história da formação das estradas de ferro no Rio de Janeiro, como veremos a seguir, mostra que em diversas ocasiões os interesses políticos sobrepujaram-se às necessidades da população local.

Entre os governantes, os eleitores, os usuários e a mídia, há muitas vozes e opiniões contidas no processo de escolha de qual modelo de trem deve circular pela cidade, qual nome terá uma nova estação ou qual tecnologia adotar em detrimento de outras, contudo algumas vezes os governantes parecem falar mais alto que os usuários. Desta maneira, notamos que a comunicação e a tecnologia tendem a avançar e se expandir conforme os interesses políticos (MORLEY, 2011).

Diante dos dados e do histórico apresentado, esta pesquisa se propõe a observar a comunicação no ambiente dos trens urbanos no Rio de Janeiro. E como recorte espacial optamos pelo ramal Japeri. Os ramais podem ser definidos como as linhas ou caminhos percorridos pelo trem e escolhemos este, em destaque, por transportar mais passageiros e possuir mais estações que os outros. O ramal Japeri também possui uma relevância histórica visto que algumas de suas estações são bem antigas e existem desde 1858.

Para contextualizar socialmente a escolha do recorte espacial apresentamos os municípios cortados pelo ramal em questão: Rio de Janeiro, Nilópolis, Mesquita, Nova Iguaçu, Queimados e Japeri. Podemos considerar que o ramal Japeri é basicamente

composto pelo Rio de Janeiro e alguns municípios da Baixada Fluminense, que é uma região de subúrbio, religiosidade e conhecida por um quadro de segregação social. (ALVES, 1998).

Nesse contexto, serão estudadas as falas dos diferentes interlocutores que compõem e interferem no uso do espaço prático. As viagens de trens são povoadas de sons e histórias que integram o espaço social vivenciado por seus passageiros. Há também uma transmissão de mensagens da empresa para os usuários através das cores das plataformas, das placas, dos avisos sonoros e luminosos. E há ainda a comunicação composta pelos textos presentes nos cartazes, Facebook e site da empresa.

Muitos recursos são utilizados pela empresa para se comunicar com o passageiro, entretanto devemos nos preocupar também com a possibilidade de resposta. Troiano (2009) alerta que o consumidor tem interesse em ser ouvido e ignora as marcas que tentam se comunicar de forma confusa. A troca dialógica é fundamental para uma comunicação eficaz.

Stam (1992) afirma que para Bakhtin, todo discurso existe em diálogo com o receptor e também com outros discursos prévios. A comunicação impõe um aprendizado da linguagem do outro. Portanto, para transmitir uma mensagem que possa ser compreendida por seus usuários, a Supervia precisa conhecer o passageiro. E essa pesquisa se propõe a avaliar a eficácia desta comunicação.

Descobrir o outro e se deparar com um encontro inesperado ao cruzar ambientes públicos, seja na cidade ou no interior dos trens, é uma das temáticas que serão abordadas em observação direta do ambiente físico e social recortado. Compararemos as teorias de composição da identidade moderna de Taylor (1997), com o objetivo de compreender os trens como um ambiente de construção de identidades fragmentadas.

O espaço social dos trens é vasto em expressões e mensagens verbais e gestuais. Possui muitas falas em uma linguagem própria, entretanto é pouco explorado pelo campo da comunicação. Seus passageiros são, muitas vezes, observados pela mídia e público externo, como uma massa única e homogênea. Contudo, o estudo que se dedicar a uma observação mais próxima irá se deparar com indivíduos detentores de identidades plurais e diversas, oriundas do contato com diferentes culturas, conforme descrito por Hall (2004, p.87).

O transporte público tem o poder de misturar os habitantes da cidade e suas identidades plurais, levar o viajante a vivenciar novas experiências e construir opiniões (CAIAFA, 2013). O trem do Rio de Janeiro, principalmente o ramal escolhido, não é

diferente dos demais transportes públicos, e por isso podemos perceber a sua importância em misturar os habitantes da região, levar as pessoas a ter contato com outros cenários urbanos e até mesmo outras culturas. O ramal Japeri conecta principalmente o subúrbio com o centro da cidade e, na estação final, muitos passageiros ainda realizam integrações com o metrô ou os ônibus e seguem para Zona Sul da cidade.

Deste modo, nota-se uma diminuição das barreiras físicas entre as diferentes partes da região metropolitana, contudo algumas questões sociais são mais fortes do que muros e grades. Os moradores da Baixada Fluminense, por exemplo, utilizam o trem como um fácil meio de acesso à cidade, enquanto a Zona Sul do Rio de Janeiro raramente utiliza este meio de transporte. Portanto o trem urbano é ao mesmo tempo um meio de transporte, comunicação e distinção.

Assim, nesta pesquisa pretendemos estudar as formas de comunicação presentes nos trens cariocas, a partir, inicialmente, do resgate da história da ferrovia metropolitana. Faremos uso de entrevistas individuais e de um referencial teórico composto principalmente por autores que relacionam conceitos de comunicação com a apropriação de espaços urbanos para compreender aspectos da produção de diálogos no cotidiano das viagens.

Estudaremos as mensagens institucionais emitidas pela Supervia, as falas dos passageiros, da mídia e dos vendedores ambulantes. Por intermédio da pesquisa etnográfica pretendemos observar e descrever o cotidiano das mensagens de violência e solidariedade presentes nos trens urbanos. Desta forma esperamos poder observar as diferentes vozes que compõe a rotina das viagens.

Um estudo etnográfico

Ao escolher o tema desta pesquisa, observamos que o ato de ir e voltar ao trabalho, na região metropolitana do Rio de Janeiro, envolve muito mais do que se locomover. Existem diversas formas de interação social que permeiam a viagem do cidadão. Por isso, entendemos que a metodologia mais adequada para o desenvolvimento da pesquisa é a etnografia. A observação participante e a elaboração de um questionário aberto, aplicado em modelo de conversa informal, é a metodologia que mais se adapta aos objetivos de compreender comunicacionalmente o cotidiano dos trens.

A definição de etnografia como metodologia de pesquisa baseia-se na organização qualitativa dos dados coletados ao longo da investigação. Além disso, por se tratar de um estudo que envolve pessoas em um espaço social típico de suas rotinas, o pesquisador visa interpretar os acontecimentos no contexto em que se insere a cultura. Por esses motivos, a etnografia demonstra ser o tipo de pesquisa mais adequada neste estudo.

Caiafa (2007) apresenta um conceito fundamental, concebido por Deleuze e Guattari, que nos auxilia a compreender a posição do etnógrafo em seu ambiente de pesquisa. O conceito mencionado é o de “agenciamento”, que compreende um tipo de conexão na qual o etnógrafo não necessita ser igual a quem está presente em sua pesquisa. Contudo, é necessário ter algo em comum ou, em outras palavras, ter “alguma coisa a agenciar com ele” (CAIAFA, 2007, p.153).

A escolha do objeto de estudo “trens urbanos”, com recorte espacial na região metropolitana do Rio de Janeiro, decorreu a partir de antigas experiências da pesquisadora com esse meio de transporte. Apesar de, atualmente, não ser mais utilizado como principal forma de locomoção, a comunicação dos passageiros e os comportamentos compartilhados entre seus usuários ainda causam o estranhamento necessário para a pesquisa etnográfica.

O princípio do estranhamento é fundamental ao pesquisador que se propõe a estudar um ambiente que lhe parece “natural”, conforme afirmam Teis & Teis (2008). Por isso, quando decide investigar um campo presente em seu cotidiano, deve se distanciar de opiniões pessoais e atentar para alguns aspectos que podem se tornar invisíveis aos olhos do observador que já está acostumado com determinadas situações presentes naquele ambiente.

Dentre as muitas linhas que compõem o ambiente ferroviário mencionado, destacamos o ramal Japeri, que é o mais longo e, conseqüentemente, o mais denso em concentração humana do Rio de Janeiro, pois liga diversos municípios da Baixada Fluminense à capital carioca. Baseando-se nessa informação e na observação etnográfica, priorizamos algumas estações de transbordo sem, no entanto, deixar de analisar todas as outras. Nesta pesquisa, também procuramos lidar com os principais aspectos da etnografia das cidades descritos por Caiafa (2007), como é o caso de encontros com o inesperado e a possibilidade de uma experiência expandida de outrem, típicos do ambiente citadino. Ainda segundo Caiafa:

A ocupação do espaço em movimento, quando nos transportamos coletivamente, envolve também um confronto com desconhecidos. O transporte coletivo, ao distribuir de alguma forma a população, ao conduzir para longe das vizinhanças, tem um aspecto dessegregante. Ocorre uma *dessegregação*, mesmo que provisória e local. O transporte coletivo reúne à sua maneira desconhecidos e dispersa a população, realizando por si só uma abertura (CAIAFA, 2007, p.119).

O ambiente coletivo propicia o encontro com desconhecidos de diferentes formas, o que favorece ocasiões que permitem a comunicação e o diálogo com o outro. Por esse motivo, procuramos nos manter próximos do objeto de estudo, mas sem me inserir de forma ativa nas situações encontradas. Observei e participei de diversas interações e diálogos com os passageiros dos trens urbanos. Todos os dados coletados foram examinados posteriormente, sob a égide da bibliografia proposta. Assim, concordamos com Carvalho e Sá (2010), de que o pesquisador não é totalmente imparcial, contudo deve procurar compreender os resultados de forma profissional e priorizar o referencial teórico apresentado

Em uma pesquisa etnográfica, há o constante desafio da distância entre o pesquisador e seu objeto de estudo, e um afastamento do cotidiano é visto como positivo, afinal, o pesquisador precisa encontrar um estranhamento de seu ambiente natural para levantar questionamentos que sirvam como ponto de partida para uma investigação (CAIAFA, 2013).

Apesar de estar delimitado ao cenário ferroviário e móvel da estrutura de ferro dos trens, conforme já mencionado anteriormente, este estudo pode ser considerado como intimamente associado à temática das cidades, em especial, o Rio de Janeiro. Sobretudo por se basear na cidade transitória e viva de Sennett (2003). Também por entender que é um lugar de mobilidade contínua entre pessoas, mensagens e objetos. Um lugar onde estar vivo e ser ativo podem ser associados diretamente ao movimento.

De acordo com Augé (2010), o paradoxo da urbanização é que o fenômeno da expansão da modernidade e o desenvolvimento das cidades não correspondem a um novo sedentarismo. Pelo contrário, pois observamos o surgimento de novas formas de mobilidade. E com o fluxo crescente de pessoas em movimento, é notória a ampliação dos grandes centros urbanos. É por isso que se torna tão importante estudar as formas de deslocamento humano pela cidade, principalmente através de uma pesquisa de imersão, como é o caso da etnografia.

Ainda sobre a metodologia de pesquisa, além da etnografia, com o objetivo de compreender o impacto das mensagens institucionais nos passageiros, faremos um

levantamento dos modelos de placas, banners, cartazes e demais materiais de identidade visual presentes nas plataformas para compará-los com as teorias de identidade de marca de Aaker & Joachimsthaler (2009) e Troiano (2009).

Também faremos uma análise do conteúdo das notícias impressas sobre os trens nos dois jornais de maior circulação no Rio de Janeiro, pertencentes a diferentes grupos empresariais. Para isto coletamos, ao longo de seis meses, reportagens e citações sobre trens que forem veiculadas nas versões impressas dos jornais “O Dia” e “O Globo”. A escolha dos meios de comunicação analisados deveu-se a popularidade dos jornais no estado do Rio de Janeiro.

No primeiro capítulo apresentaremos a história dos trens urbanos no Rio de Janeiro de forma breve e abordando os principais fatos que contribuíram para o desenvolvimento do atual modelo utilizado nos trilhos metropolitanos. Vamos definir e trazer exemplos da questão do espaço segundo Certeau (1998), que servirá para nortear este capítulo e os demais. Estudaremos alguns exemplos de apropriações de espaços ferroviários pelos passageiros e moradores de regiões cortadas pelas estradas de ferro. E também veremos que tipo de questões podem interferir na escolha dos modais e da tecnologia que será usada pela população.

No segundo capítulo, com base nas pesquisas de transportes urbanos realizadas por Caiafa (2013), vamos explorar a questão da divulgação e da recepção da imagem, da notícia e da publicidade nos trens urbanos. Iniciaremos com um estudo sobre a figura que os trens possuem no imaginário carioca e então investigaremos as mensagens que são transmitidas pela Supervia, seja na apresentação de anúncios publicitários pagos ou nas informações disponibilizadas para realização de transferências nas estações de baldeação. Vamos investigar também os principais canais de comunicação que a Supervia mantém com seus usuários. E para encerrar o capítulo, exploraremos alguns aspectos do noticiário na mídia impressa carioca sobre os trens.

No terceiro capítulo, veremos de que forma os passageiros relacionam-se entre si, apesar de se encontrarem em uma situação inicial de estranhos, em uma viagem compartilhada. As questões sociais, bem como a dinâmica comportamental dos usuários, também serão observadas. Propomos, assim como Herschmann e Fernandes, uma análise do espaço social das cidades que “se alicerça nas práticas vividas *do e no cotidiano*” (2011, p.8). E concordamos com Freitas (2005), de que a metrópole é um ambiente de reivindicação de autonomia do cidadão diante dos grupos que ele convive.

No terceiro capítulo iremos nos debruçar também nas relações comunicacionais que envolvem afetos e diálogos. Estudaremos primeiramente as relações de companheirismo e solidariedade e em seguida analisaremos as disputas e as expressões de violência presentes no espaço social dos trens. E para finalizar o capítulo, apresentaremos os vendedores de trem, com suas falas e personalidades que são capazes de exemplificar em detalhes a vida e o cotidiano das viagens.

Objetivamos, ao longo destes três capítulos, explorar uma boa parte dos aspectos comunicacionais que se apresentam ao longo das viagens de trem que os moradores da cidade do Rio de Janeiro e do subúrbio vivenciam todos os dias. E assim, sem a pretensão de esgotar as possibilidades de estudos que envolvem a comunicação social e os meios de transporte, esperamos colaborar para produção de conteúdo relevante nesta área.

Capítulo 1

Uma breve história dos trens urbanos no Rio de Janeiro

Em 1825, na Escócia, o primeiro trem de passageiros do mundo fez um percurso de 32 quilômetros. Dez anos depois, no Brasil, durante a regência de Feijó, o governo estimulou, por intermédio de um decreto, a construção de estradas de ferro que ligassem a capital do Império às das províncias de Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia³. Contudo, até 1840, não havia transporte ferroviário destinado ao uso de passageiros no Brasil. Houve uma tentativa através de um projeto que dependia de financiamento estrangeiro, mas não foi efetivado, pois os investidores exigiam garantia de juros⁴ do governo.

Os efeitos práticos dos estímulos oficiais só puderam ser contemplados a partir de 1852, quando foi promulgada a lei nº 641, que assegurou uma posição mais vantajosa às empresas ferroviárias: rentabilidade mínima de 5% do capital investido e posterior elevação da taxa para 7%. Assim, o negócio das estradas de ferro passou a apresentar garantias palpáveis aos acionistas. E apenas dois anos após os novos incentivos, foi inaugurada a primeira ferrovia comercial do Brasil, ligando Porto Mauá a Raiz da Serra – regiões que correspondem, atualmente, ao Porto Maravilha⁵ e à cidade de Magé, ambas no Rio de Janeiro (BENCHIMOL, 1992).

Esse primeiro percurso ficou conhecido como “Estrada de ferro Mauá”, e foi idealizado pelo empreendedor brasileiro Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá. Atualmente, ainda há um pequeno trecho ativo da estrada original, localizado entre Piabetá e Vila Inhomirim, operado pela Supervia. O trecho ativo faz parte do ramal Vila Inhomirim, que liga a cidade de Duque de Caxias à Magé.

Logo após a primeira estrada, outras surgiram e melhoraram o tempo de viagem, como o percurso entre Petrópolis e Juiz de Fora, que deixou de durar quatro dias e

³ Decreto conhecido como “Plano Vasconcelos, Veloso e Rocha” ou “Decreto Feijó”, apresentado à Câmara, na sessão de 3 de outubro de 1835, por “Bernardo Pereira de Vasconcelos, Manuel Paranhos da Silva Veloso e José Florindo de Figueiredo Rocha, deputados pelas províncias de Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia” (BRITO, 1961, p. 7).

⁴ Nessa época, vários outros países, como Índia, Rússia, Suécia, Peru e Argentina ofereciam garantia de juros. Sem essa garantia, dificilmente algum investidor europeu seria atraído para o Brasil (ACIOLI, 2007).

⁵ Segundo a prefeitura do Rio de Janeiro, a atual região do Porto Maravilha engloba integralmente os bairros do Santo Cristo, Gamboa, Saúde e trechos do Centro, Caju, Cidade Nova e São Cristóvão. A região, que sempre necessitou de uma conexão eficaz entre o porto e os outros modais, hoje integra “todos os meios de transporte do Centro e da Região Portuária – barcas, metrô, trem, ônibus, rodoviária, aeroporto, teleférico e o terminal de cruzeiros marítimos”. Fonte: www.portomarailha.com.br acessado em 21/07/2016, às 14h44.

passou a doze horas. As viagens do começo do século XIX eram mais longas porque contavam com veículos de tração animal e escravos para guiá-los. Contudo, o Brasil passou a sofrer diversas pressões internacionais para o fim do tráfico de escravos e o aumento da exportação de café começou a se intensificar. Tudo isso contribuiu, de forma contundente, para o avanço dos meios de transporte sobre trilhos.

A Inglaterra, por exemplo, que já estava na segunda revolução industrial, incentivava o Brasil a implementar ferrovias, enquanto outros países eram contra. Alguns levantaram a hipótese de que os trens poderiam incendiar os campos, atropelar as vacas, resfriar mortalmente os passageiros; outros alegavam ainda que o uso da ferrovia jamais iria compensar os gastos da sua construção (TORRES, 2004).

De fato, a ferrovia não foi um investimento em vão, como afirmavam os mais pessimistas. Entretanto, a noção de progresso e de evolução tecnológica nem sempre é positiva para todos. As vilas mais prósperas da região da atual Baixada Fluminense⁶ viviam dos portos fluviais, que transportavam os insumos agrícolas produzidos no interior do Brasil e repassavam para o Porto Mauá. Com a introdução das estradas de ferro, tais portos deixaram de existir. Desta forma, o símbolo de progresso também modificou todo o panorama de ocupação urbana da Baixada Fluminense.

Com o fim dos portos de Iguazu (Nova Iguazu), Pilar (Duque de Caxias), Estrela (Magé), Pavuna (Pavuna) e o que restava do Sarapuí (Duque de Caxias), as regiões mais prósperas e povoadas foram deslocadas para áreas no entorno das estações de trem. As antigas vilas foram abandonadas e os rios canalizados ou assoreados. Assim, as ferrovias definiram a configuração de muitas cidades, pois trilhos rurais e urbanos servem como limite de municípios até hoje. Os espaços, cheios de histórias, demonstram que os hábitos e a cultura da região podem ser definidos pela influência do trem.

Notem que não nos referimos a “lugares”, pois de acordo com a definição de Certeau (1998), o lugar pertence à ordem das coisas estáveis e versa sobre uma configuração instantânea das posições que os elementos ocupam. Ou seja, o lugar é como vemos uma cidade no mapa e não como podemos vivenciá-la. O lugar é sempre o mesmo, enquanto o espaço pode ser modificado por seus usuários.

⁶ Não existe ainda um consenso determinado por lei que delimite quais são exatamente os municípios presentes na região da Baixada Fluminense. Nesta pesquisa, utilizaremos a definição de Simões (2007) que considera, a partir de um conceito geopolítico, os seguintes municípios: Nova Iguazu, Japeri, Queimados, Belford Roxo, Mesquita, Nilópolis, São João de Meriti, Duque de Caxias e Magé.

Assim, neste estudo, a noção de “espaço” se encaixa melhor, já que é animado pelo conjunto de movimentos que se desdobram nele mesmo, com a capacidade de abarcar os vetores de direção, velocidade e tempo. A direção na qual o espaço é utilizado - de casa para o trabalho, do trabalho para casa ou de casa para o mercadinho - gera diferentes percepções do bairro. Assim como velocidade e o meio de transporte utilizados, pois quem vai caminhando ou de bicicleta observa muito mais detalhes presentes nas ruas do que as pessoas que cruzam o mesmo bairro de carro.

O vetor tempo é capaz de mudar a percepção do espaço tanto em questão de anos quanto em questão de horas. O que significa dizer que uma rua é percebida de maneira diferente pelos moradores locais quando usada para realização de uma feira aos sábados ou quando é liberada para passagem de ônibus nos demais dias da semana. Desta maneira, podemos afirmar que a mesma esquina é percebida de formas distintas por pessoas de gerações diferentes, ainda que nenhuma grande mudança estrutural seja visível.

Nesse contexto, a palavra que melhor exprime o uso dos espaços é “experiência”. Pois é através dela que se pode criar um sentido de familiaridade com os caminhos urbanos. A experiência pessoal é capaz de reinterpretar o espaço físico, pois ela desenvolve emoções e sentimentos com relação ao mover-se pela cidade.

Na definição de Certeau, o espaço é o lugar praticado, ou seja, a cada ocupação e apropriação sua pelo sujeito, tende a se tornar um local social único. Para melhor elucidar essa questão, apresentamos um exemplo de aplicação do próprio autor: “[...] a rua geometricamente definida pelo urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres” (CERTEAU, 1998, p. 202).

Ao longo do século XX, muitos autores se apropriaram do conceito de espaço, mas decidimos adotar a visão de Certeau, por considerar que, além do tradicional viés geográfico, também é possível verificar a preocupação em associar questões sociais e culturais em sua definição. Seguindo essa mesma linha de pensamento, entendemos que uma via férrea, capaz de dividir dois municípios, separa muito mais do que territórios.

Em comparação com as ruas, onde coexistem pedestres e carros, as estradas de ferro só podem ser cruzadas pelo trem, o que cerceia a circulação dos moradores pela cidade. É muito comum que os habitantes de uma região cortada pelos caminhos do trem perguntem de qual lado da estação fica um estabelecimento comercial ou a casa de um amigo.

Nem todos os ônibus cruzam os viadutos que permitem realizar a travessia de um lado a outro da linha férrea. Desta forma, as distâncias se ampliam e as diferenças sociais são cristalizadas. Os moradores tendem a evitar frequentar escolas, igrejas e estabelecimentos comerciais que se localizem do lado oposto ao de sua residência. Isso devido ao transtorno de subir as escadarias das passarelas ou de ter que pegar o carro para atravessar o viaduto.

O itinerário da Supervia cobre grande parte da região metropolitana do Rio de Janeiro⁷, principalmente a Baixada Fluminense⁸. Em 1858, foi inaugurado o primeiro trecho da ferrovia Dom Pedro Segundo, que ia da estação da Aclamação (depois Central do Brasil) até Benedito Ottoni (atual Queimados). Nos dias de hoje, esse trecho faz parte do Ramal Japeri e as estações originais ainda funcionam, transportando centenas de passageiros por dia.

A segunda ferrovia construída na Baixada Fluminense foi a Estrada de Ferro Rio D'Ouro. Sua proposta inicial foi de sanar os problemas de abastecimento de água na capital federal, através do transporte de materiais necessários para a construção da tubulação que levaria a água presente no maciço de Tinguá e Serra do Mar até o Rio de Janeiro.

Em 1880, a ferrovia entrou em funcionamento. Partia da Quinta da Ponta do Caju, recebia o material importado da Inglaterra e transportava-o até alguns pontos estratégicos, ao longo da estrada de ferro. Assim, afloraram no mapa mais algumas localidades, como Belford Roxo e São João de Meriti, que mais tarde se transformaram em estações de baldeação, quando trechos da Rio D'Ouro foram abertos para uso de transporte de passageiros.

Essa linha, apesar dos altos investimentos, nunca conseguiu ser tão expressiva quanto a anterior, com relação ao transporte de passageiros. Fato que se deve principalmente às suas estações terminais não terem sido tão relevantes economicamente para esse tipo de serviço. Assim, parte dela foi incorporada à atual

⁷ Segundo a lei complementar nº87, de 16 de dezembro de 1997, 21 cidades compõem a região metropolitana do Rio de Janeiro. São elas: Rio de Janeiro, Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaboraí, Japeri, Magé, Maricá, Mesquita, Nilópolis, Niterói, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São Gonçalo, São João de Meriti, Seropédica, Tanguá, Itaguaí, Rio Bonito e Cachoeiras de Macacu. E dessas 21 cidades, 12 são cortadas pelos trilhos dos trens de passageiros: Rio de Janeiro, Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados e São João de Meriti.

⁸ Todos os municípios da Baixada Fluminense possuem pelo menos uma estação de trem em funcionamento.

malha ferroviária da Supervia, enquanto um grande trecho foi utilizado para implantação da Linha 2 do metrô, além de um pedaço que se transformou em uma avenida urbana (Simões, 2007).

Muitas mudanças ocorreram no século XIX e na primeira metade do século XX, como a criação de novas estações e a ampliação de estradas de ferro. Entretanto, as décadas mais recentes mostram que houve uma considerável desaceleração do crescimento da malha ferroviária da região metropolitana do Rio de Janeiro. Atualmente, quando se fala em “expansão da malha ferroviária” na mídia, a expressão resume-se à aquisição de novas composições.

Com relação às questões sociais, a rota do trem, além da ligação do subúrbio com a capital, ajudou na formação de uma relação de dependência cultural e econômica, em que a maior oferta de empregos se situa na cidade do Rio de Janeiro, com as moradias distribuídas ao longo das estações. Além disso, é comum que os moradores utilizem o trem como principal forma de acesso à cultura (teatros, museus, cinemas) e lazer (praias, blocos de carnaval e trilhas ecológicas).

Os nomes de várias cidades cortadas pela ferrovia também tiveram sua origem com a construção das estações. Alguns exemplos encontrados ao longo deste estudo foram: Engenheiro Gurgel, Engenheiro Paulo de Frontin, Belford Roxo, Mendes e Mesquita⁹. A localidade de Mesquita, por exemplo, denominava-se Cachoeira. Contudo, como a população costuma se apropriar de espaços, assim como faz com os nomes, o ato de nomear um local designa um elo de afetividade ou de posse. Desta maneira, notamos como as estações de trem possuem um forte vínculo com a população, pois a partir de 1884, o nome da estação Ferroviária Jerônimo de Mesquita (antigo proprietário daquelas terras) foi, aos poucos, substituindo o do povoado, devido a seu uso excessivo (TORRES, 2004). Isso demonstra a grande importância da ferrovia para aquelas pessoas e de tantas outras localidades cortadas pelo ramal Japeri.

Uma estação ferroviária modifica mais do que o espaço físico que ocupa. Toda região ao redor também sofre mudanças devido à importância social do trem. A Freguesia de Jacutinga, que hoje apenas nomeia um bairro do município de Mesquita, já foi um território bem mais expressivo. Os povoados que ficavam distantes da ferrovia foram gradativamente abandonados por seus habitantes. E com o tempo, a sede da freguesia foi transferida para mais perto da estação ferroviária, que modificou também o

⁹ A cidade de Mesquita é cortada por três estações de trem do ramal Japeri: Edson Passos, Mesquita e Presidente Juscelino.

solo da região, propiciou a instalação de olarias e, posteriormente, passou por obras de saneamento que atraíram conjuntos habitacionais. A Estrada de Ferro de Dom Pedro Segundo foi o maior atrativo para o solo mesquitense, desde 1858 (PEREIRA, 2006).

O abandono de áreas afastadas da ferrovia ocorreu também no município de Nova Iguaçu¹⁰, que teve sua capital transferida, em 1916, para uma região mais próxima da estação. Desta forma, o Arraial de Maxambomba teve seu nome modificado para Nova Iguaçu, pois a antiga Vila Iguaçu deixara de ser próspera desde o fechamento do porto que funcionava ali. A principal atividade econômica passou a ser a plantação de laranjas.

Vasconcelos (1947) afirma que, ao final da primeira metade do século XX, o município de Nova Iguaçu era servido por cômodas estradas de ferro que o ligavam à Capital, Itaguaí, Vassouras, Paty do Alferes e diversos outros municípios. O autor descreve que “de ambos os lados do trem, continuam, infindáveis, os laranjais” (1947, p. 64). Assim, percebemos que o trem foi uma peça fundamental para a formação da história da região.

É interessante pensar como um município que baseava sua economia em trocas comerciais portuárias assumiu uma vocação agrícola, em virtude do advento da estrada de ferro. O que nos remete ao conceito de cultura desvelado por Williams (2007, p.117), em que há um resgate da palavra, associada ao cultivo e ao cuidado com algo, evocando o significado de cultura agrícola nos estudos acadêmicos culturais do século XX.

Em razão de tantas mudanças históricas, em que a passagem do trem também é sinônimo de alteração da economia, ocupação territorial e hábitos culturais, não podemos considerar que é um mero meio de transporte que cruza o espaço fluminense. Devemos também interpretar a história do Rio de Janeiro pela ótica do cotidiano da população, já que a rotina dos habitantes das cidades também demonstra, através de outra face, as mudanças sociais e culturais trazidas pelos trens, conforme afirma Delgado de Carvalho:

A história do Rio de Janeiro não é a história de seus governadores, de seus vice-reis, de seus monarcas, presidentes e prefeitos: algumas datas célebres, alguns nomes importantes podem e devem marcar etapas na sucessão dos tempos, no desenrolar dos acontecimentos; mas os assuntos capitais dessa história são as condições de vida dos próprios cariocas, em diferentes épocas, suas tradições, seus costumes, seus usos, suas necessidades, suas festas. Também devem formar o

¹⁰ A cidade de Nova Iguaçu é cortada por três estações do ramal Japeri: Nova Iguaçu, Comendador Soares e Austim.

fundo do quadro das grandes preocupações políticas do tempo (...)
(CARVALHO, 1990, p.10).

A história do Rio de Janeiro também se acha escrita no metal e no concreto de seus monumentos, nas pedras que calçam ruas históricas, no relógio da Central do Brasil e nos trilhos do trem. Carvalho adverte que o feixe de lembranças que se prende às construções da cidade é tão relevante quanto a beleza arquitetônica ou a imponência monumental.

Alaor Prata, prefeito eleito em novembro de 1922, já reconhecia, há quase cem anos, o problema crucial da circulação urbana. E em menos de dez anos, a população da cidade havia duplicado. Desde essa época, há registros de tentativas de descongestionar o centro, como a medida de alargamento do largo da Carioca e o asfaltamento de ruas transversais, como: Lavradio, Senado, Buenos Aires, Inválidos, dentre outras. Artérias centrais como a Avenida Rio Branco e Uruguaiana já possuíam um trânsito intenso, o que levou o prefeito a mudar os pontos terminais das linhas dos bondes, em um acordo com a companhia Light and Power (CARVALHO, 1990, p.103).

Após as três primeiras décadas do século XX, boa parte dos moradores do subúrbio que trabalhava na capital dependia dos trens para se locomover. Mas apesar da grande demanda da população, o veículo não atendia plenamente às necessidades de seus usuários, já que era composto por carros de madeira, puxados pelas lentas “Marias-fumaças”. Constantemente, isso ocasionava problemas de superlotação. Desta forma, tornou-se urgente a modernização daquele trecho, a exemplo do que já havia sido feito em outras ferrovias brasileiras¹¹. Além disso, outro fator crítico de ordem econômica que serviu para a troca de tecnologia foi a dificuldade no abastecimento das locomotivas movidas pelo vapor da queima do carvão, importado da Inglaterra e dos Estados Unidos.

Apesar da demora, já havia um projeto de eletrificação das linhas dos subúrbios desde o início do século, elaborado no governo de Rodrigues Alves, em 1904. Um novo projeto surgiu apenas em 1918, orçado em 25 milhões de dólares, e negociado via empréstimo internacional pelo Governo Federal, para a “eletrificação da Central do Brasil e outros afins”. Na época, eram transportados cem mil passageiros por dia, desde

¹¹ Estradas de ferro já eletrificadas registradas no Brasil até 1930: 1898 – Estrada de Ferro da Tijuca; 1914 – Estrada de Ferro Morro Velho; 1920 – Ramal Férreo Capineiro; 1922 – Companhia Paulista de Estradas de Ferro; 1924 – Estrada de Ferro Campos do Jordão; 1928 – Estrada de Ferro Votorantin; 1929 – Rede Mineira de Viação.

a Central do Brasil até Deodoro, com intervalos médios de cinco minutos (RODRIGUEZ, 2004, p.136).

Em 1922, devido a fatores de ordem política¹², os “outros afins” consumiram todo o valor do empréstimo que seria destinado à ferrovia. A partir do próprio título do projeto é possível perceber como, desde a sua elaboração, foi impreciso o suficiente para permitir que outros motivos pudessem utilizar legalmente os recursos destinados aos trens.

Na década seguinte, algumas concorrências foram abertas e anuladas, até que, em 1934, a última delas foi finalmente homologada através do decreto 24.722, que criou a Superintendência de Eletrificação. Somente em 1937, o trajeto que ligava o subúrbio à Central do Brasil foi efetivamente eletrificado, aumentando consideravelmente o crescimento desse tipo de transporte: de 80.700 passageiros transportados por dia, para uma média de 238 mil.

Desde então, os números relativos ao transporte de passageiros da linha férrea Dom Pedro II prosseguiram em crescimento. E vinte anos após a eletrificação, em março de 1957, o Congresso Nacional decretou a lei nº3.115, que autorizou a constituição da Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima (RFFSA), à qual foram incorporadas as estradas de ferro pertencentes à União e por ela administradas. Por intermédio dessa lei, a administração, exploração, conservação, ampliação e melhoria das estradas de ferro brasileiras foram oficialmente transferidas ao poder público.

A passagem da administração das ferrovias para as mãos do Estado não representou um crescimento do modal. Pelo contrário, desde 1930 que as rodovias ganhavam espaço no cenário nacional. E, em 1951, com o Plano de Nacional de Viação, as rodovias assumiram oficialmente o posto de modal prioritário, outrora ocupado pelas estradas de ferro. Desde então, os maiores investimentos passaram para as estradas de rodagem e o setor automobilístico (GALVÃO, 1996).

Especula-se que, entre os principais motivos, encontram-se investimentos internacionais e movimentações políticas por parte da indústria automobilística. Uma segunda corrente afirma que as diferentes bitolas existentes no Brasil jamais permitiriam que o país detivesse uma malha ferroviária efetiva e integrada. Entretanto, para Galvão (1996), nenhuma das duas teorias se sustenta, pois antes da chamada “era ferroviária”, os demais meios de transporte existentes (ferrovia e cabotagem) já

¹² Centenário da Independência e visita do Rei Alberto da Bélgica.

apresentavam sinais de desgaste, enquanto a questão das bitolas não é muito relevante, pois a maior parte das estradas de ferro brasileiras operavam com seu uso.

Para o autor, o fator de maior relevância que girou o eixo de investimento no sentido das rodovias foi a desigualdade social no Brasil, que anulou a possibilidade de diversos comerciantes e indústrias nacionais sustentarem os modais já existentes. Nesse ponto, Galvão elucida que:

Os sistemas de transporte por caminhão são conhecidos por sua maior versatilidade técnica e econômica, em contraste com outros modos de transporte, como o ferroviário, a cabotagem e a navegação fluvial. Aqueles podem ser viáveis e eficientes (do ponto de vista privado) em condições de baixa densidade de tráfego, o que dificilmente pode ocorrer com as outras modalidades de transporte. Tanto as rodovias, quanto as ferrovias e a navegação marítima e fluvial, apresentam elevados custos fixos de investimentos. Mas os custos variáveis de operação dos serviços de transporte, dependendo de variadas circunstâncias, podem ser muito maiores no caso das ferrovias e da navegação do que no das rodovias (GALVÃO, 1996, p. 204).

Além disso, em 1960, a capital do Brasil foi transferida para o centro geográfico do país, e antes de sua inauguração, era necessário investir em uma forma de comunicação que pudesse interligar todas as regiões rapidamente. Em 1950, o Brasil estava longe de ter uma malha ferroviária integrada entre os diversos estados da federação. Assim, as rodovias ganharam espaço e os trens permaneceram durante anos sob a jurisdição da RFFSA.

Em 1984, o Decreto-Lei nº 89.396 criou a Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CTBU), com o objetivo de absorver as atividades de transporte de passageiros e os funcionários da RFFSA. Com isso, a nova companhia passou a operar a exploração comercial dos serviços de transporte ferroviário urbano e suburbano no Rio de Janeiro e em outros estados da Federação.

Uma década depois, o governo do Estado do Rio de Janeiro se deparou com dados alarmantes – desde 1985 até aquela data, o número de passageiros transportados diariamente caíra vertiginosamente. A população perdera a confiança no sistema de transportes ferroviários. Na tentativa de solucionar o problema, foi criada a Flumitrens (Companhia Fluminense de trens Urbanos), em 1994, e a concessão dos direitos de exploração comercial da E. F. Central do Brasil passou para a administração do Governo do Estado. Apenas quatro anos mais tarde, diante dos novos números, a Flumitrens foi privatizada.

Entre os anos de 1995 e 1998, foram despendidos US\$ 650 milhões dos cofres estaduais para a ferrovia carioca, mas o número de passageiros continuou a cair, ano após ano. Segundo o VIII Seminário Nacional Metroferroviário¹³, em 1984, o sistema ferroviário chegou a transportar um milhão de passageiros por dia e, em 1998, apenas 145 mil pessoas confiavam sua viagem diária aos trens. E os números apresentados não se referem a uma elevação no valor da passagem, que inclusive costumava ser inferior a uma de ônibus. Os 855 mil passageiros que migraram para os ônibus, vans e carros buscavam qualidade no serviço oferecido.

O impacto dessa mudança de modais se reflete nos engarrafamentos, na poluição diária e nos gastos com manutenção de rodovias. Ainda de acordo com o VIII Seminário Nacional Metroferroviário, para absorver os passageiros de um trem composto por apenas quatro carros são necessários treze ônibus ou 84 vans. Por isso, enquanto a ferrovia metropolitana entrava em declínio, as rodovias tiveram que se expandir e reformar.

A empresa vencedora do processo de privatização foi o consórcio Bolsa 2000. A proposta realizada em leilão estipulava que seriam pagos 30 milhões de dólares ao governo e 250 milhões deveriam ser investidos no sistema de trens fluminense, totalizando 280 milhões de dólares. Foram acordados 25 anos de concessão: de primeiro de novembro de 1998 a 30 de outubro de 2023, podendo ser prorrogado.

Atualmente, a empresa utiliza o nome Supervia e, em seu site, logo na segunda linha da definição de “Quem somos”, afirma que até 2010 já foram investidos 600 milhões em infraestrutura. Isso aumentou em 355 mil¹⁴ o número de passageiros por dia no modal. Em novembro de 2010, o controle acionário da empresa privada foi assumido pelo grupo Odebrechet.

Nos últimos anos, após diversos desdobramentos da história dos trens no Rio de Janeiro, é possível perceber uma desaceleração dos investimentos públicos nesse modal. Segundo o Relatório Anual do BNDES de 2014, entre os investimentos previstos em mobilidade urbana para o estado do Rio de Janeiro, a implantação da linha 4 do metrô ficaria com R\$10,2 bilhões, o BRT receberia R\$2,8 bilhões e o programa de investimentos da Supervia ficaria com R\$2,2 bilhões.

¹³ Disponível em <http://www.antp.org.br/biblioteca/>, acessado em 19/06/2016, às 21h40.

¹⁴ Ibidem.

No relatório do ano anterior (2013), há uma tabela¹⁵ que exhibe os desembolsos realizados em infraestrutura nos últimos anos no Brasil. Em 2013, foram investidos R\$21,2 bilhões em transporte rodoviário e apenas R\$2,7 bilhões no ferroviário. Em 2011, a diferença foi ainda maior: R\$26,0 bilhões de desembolsos para a rede rodoviária e R\$1,4 bilhões para o transporte ferroviário.

De acordo com o Relatório Final do projeto firmado entre o Ministério dos Transportes e o Consórcio LOGIT/GISTRAN de 2012, a predominância rodoviária é a marca da matriz brasileira de transportes. A participação relativa do modal rodoviário no Brasil representa mais de 50% em relação aos demais meios de locomoção. Um número bem alto, se comparado com outros países de grandes dimensões territoriais, como a Rússia, os Estados Unidos e o Canadá, que apresentam uma participação respectiva de 8%, 32% e 43%, em meios rodoviários. Enquanto o transporte ferroviário apresenta uma participação relativa de 81%, 43% e 46%. Já o Brasil, bem mais distante, possui apenas 25% de contribuição ferroviária.

Tabela1: participação relativa de cada modal no sistema de transportes de alguns países.

Países	Rodovia	Ferrovias	Hidrovia
Rússia	8	81	11
Estados Unidos	32	43	25
Canadá	43	46	11
Áustria	49	45	6
Austrália	53	43	4
México	55	11	34
Brasil	58	25	17
Alemanha	71	15	14
França	81	17	2

Fonte: **Relatório Final** do projeto referente ao contrato no 18/2010-SPNT/MT, firmado entre o Ministério dos Transportes e o Consórcio LOGIT/GISTRAN.

É notório que a inauguração do transporte ferroviário de passageiros no Brasil trouxe novas expectativas de locomoção e ocupação do espaço urbano. Devido à potencialidade desse modal no país¹⁶, as ferrovias poderiam se desenvolver ainda muito mais, com a inserção de novas tecnologias e investimentos públicos e privados.

¹⁵ Relatório Anual do BNDES 2013. P. 42.

¹⁶ Segundo o Jornal da AENFER, nº171, as ferrovias no Brasil são utilizadas para pequenas distâncias, enquanto o modelo rodoviário é predominante em longas distâncias. Essa situação contraditória contribui para a má eficiência do sistema de transporte nacional.

Considerando que as grandes metrópoles possuem diversos meios de transporte, a possibilidade de integração com o metrô, ônibus, BRT e outros modais aumentam ainda mais a capacidade de aproximar pessoas e territórios.

2. Comunicação – Imagem, notícia e publicidade

2.1 A comunicação no ambiente ferroviário

Pensar em comunicação, no Rio de Janeiro, associa-se diretamente a questões culturais e de mobilidade. Todas as suas mensagens, assim como o próprio carioca, transitam entre a cidade e o subúrbio. Saem da capital em direção ao interior através dos meios de comunicação, ao mesmo tempo em que brotam no subúrbio e seguem toda manhã para o centro nos trens, ônibus e metrô. Por isso, estudar os deslocamentos e os meios de transporte é algo tão relevante no âmbito da comunicação.

Augé (2010, p.38) afirma que “as cidades mais importantes não podem mais ser analisadas hoje sem levar em consideração todos os equipamentos que as prendem à rede mundial de comunicação e circulação”. Nesse aspecto, o autor menciona as redes rodoviária e ferroviária, que ligam o centro de Paris às suas periferias, ressaltando a função dos meios de transporte, de redefinir as relações entre interior e exterior.

Caiafa (2013), em seu livro “Trilhos da cidade”, considera o metrô do Rio de Janeiro como um “grande circuito de dispositivos comunicacionais”, no que tange à dispersão da comunicação, como também à reprodução de mensagens sonoras e visuais direcionadas aos passageiros. Segundo a autora: “(...) o metrô – com seus dispositivos tecnológicos de mensagens sonoras e visuais – aparece como lugar ou suporte para uma série de atividades comunicativas. O próprio espaço construído do metrô nos interpela com mensagens” (2013. p. 41). Desta mesma forma, em consonância com Caiafa e Augé, propomos um estudo urbano com foco nos trens, considerando-os meios de difusão de mensagens auditivas, visuais e principalmente táteis.

A comunicação tátil é observada, aqui, sobretudo por meio da violência da máquina e dos próprios passageiros. A máquina é hostil quando não proporciona as condições adequadas para os passageiros viajarem com conforto ou mesmo segurança. Enquanto os passageiros, por sua vez, de acordo com as minhas observações, agredem fisicamente uns aos outros, frequentemente, no momento de embarque.

Quando um trem está muito cheio, os passageiros se encostam e vários deles reclamam. Em relação a essa informação, Wesley Silva deixa um depoimento na página da Supervia, na rede social do Facebook: “O trem está tão cheio que chego a ouvir os corações dos outros passageiros de tão colados que estamos”. E ainda complementa a informação com a possível causa do problema: “Os trens estão em atraso e não há nenhuma informação sobre o motivo”.

As mulheres, por sua vez, exigem o cumprimento da exclusividade do vagão feminino, através da lei estadual 4733/06¹⁷. Em maio de 2016, após dez anos de existência dessa lei, foi aprovado o projeto que propõe alterações que transferem mais responsabilidade às concessionárias do trem e do metrô¹⁸. Com a atualização, as companhias devem manter campanhas de conscientização periódicas e também cooperar com a identificação do infrator, quando necessário.

O Rio de Janeiro é a unidade federativa brasileira com o segundo maior PIB¹⁹ e o destino preferido dos turistas que visitam o Brasil a lazer²⁰. Uma região tão relevante assim não pode viver com o trânsito congestionado. Os telejornais matutinos e os aplicativos de celular dedicam-se a informar se as rotas que levam ao centro encontram-se desobstruídas ou não. O Centro de Operações da prefeitura da cidade integra 30 órgãos e controla 560 câmeras com o objetivo de monitorar os deslocamentos pela cidade em casos de chuvas, acidentes naturais ou de trânsito²¹.

Podemos perceber que a mobilidade urbana, no Rio de Janeiro, é um assunto que tanto a população quanto o governo consideram prioritário. Desta forma, a qualidade da viagem é atribuída basicamente à fluidez do trânsito. No entanto, existem outras formas de avaliar a eficácia, além do tempo da viagem. Gonçalves (2006), em contraposição à ideia de que qualidade está associada apenas a velocidade, afirma que:

Não se ganha nada em reduzir o tempo de transporte em alguns minutos, se no fim, chega-se a um local de residência insatisfatório. (...) Não faz sentido gerenciar o tráfego sem planejar ainda mais profundamente outras necessidades humanas. A socialização do solo deve ser a tendência em todas as grandes cidades, não podendo aumentar indefinidamente à superfície urbana, deixando no seu interior zonas degradadas e de escasso rendimento funcional (GONÇALVES, 2006, p.24).

A proposta de Gonçalves, de revalorizar espaços públicos urbanos para garantir maior socialização e qualidade nas viagens urbanas, pode ser transferida para dentro do espaço dos trens. Augé (2008, p.63) considera que os transportes públicos também são sinônimos de espaço público. “É quando se pega uma baldeação (...) que o espaço público afirma a sua existência de maneira eventualmente contraditória”. Nesta

¹⁷ Disponível em: <http://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/88243/lei-4733-06>. Acessado em 03/07/2016, às 17h10.

¹⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/04/publicada-lei-no-rj-que-multa-homem-em-vagao-feminino-com-ate-r-1-mil.html>. Acessado em 30/06/2016, às 9h33.

¹⁹ Informação disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_unidades_federativas_do_Brasil_por_PIB. Acessado em 03/07/2016, às 17h44.

²⁰ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5705-rio-destino-preferido-dos-estrangeiros-que-v%C3%AAm-ao-brasil.html> Acessado em 03/07/2016, às 17h47.

²¹ Disponível em: <http://centrodeoperacoes.rio/institucional>. Acessado em 03/07/2016, às 17h30.

pesquisa, pudemos vivenciar situações que serviram para ilustrar bem a afirmação do autor. As baldeações ou transferências de transporte permitem uma maior socialização entre os passageiros. É preciso se movimentar e interagir com as pessoas ao redor, seja no momento de perguntar a direção correta ou até mesmo se desculpando pelos típicos esbarrões.

Os momentos de transição de espaços coletivos geram uma espécie de pausa na viagem que pode ser interpretada como uma descontinuidade, contribuindo para que as pessoas se movam e enfrentem pequenas dificuldades, tornando o corpo mais vivo. Segundo Sennett (2003): “Dizer que a disparidade provoca inevitavelmente afastamento mútuo significa negar à cidade multicultural um saber cívico participativo” (p. 290).

Desta forma, concordamos com Augé (2008) e Sennett (2003), de que os momentos de transição, como as baldeações, ajudam a afirmar a existência do espaço público e geram maior interação social e revalorização de saberes cívicos entre os habitantes da cidade. Assim, tendo em vista todos esses aspectos de produção da vida social no transporte ferroviário, propomos um estudo que investigue, social e comunicacionalmente, as relações entre as pessoas no ambiente das estações e dos trens, como também a relação da tecnologia dos trens com os passageiros.

2.2 Mensagens institucionais: orientação para o usuário

O homem da sociedade atual é um ser inquieto, portanto móvel. Ele já foi chamado até mesmo de *homo mobilis*²², devido a sua constante necessidade de estar em movimento. As causas dos deslocamentos são variáveis, como por exemplo: lazer, tratamento médico e trabalho. A impressão que temos do tempo atual, é de que o ser humano possui, cada vez mais, a necessidade de se deslocar:

A mobilidade pós-moderna é, antes de tudo, física e geográfica. Ela é observável na frequência das viagens, dos deslocamentos, dos trajetos profissionais. Ela é confirmada pelo aumento constante das distâncias percorridas, do número de passageiros transportados pelos trens e pelos aviões, pelo desenvolvimento do turismo, de visitas, de passeios. Parece que, para o indivíduo contemporâneo, este movimento incessante tenha se tornado quase uma condição de existência (SEMPRINI, 2006, p. 64).

A necessidade de mobilidade dos indivíduos contemporâneos exige que os meios de transporte possuam horários de partida e chegada facilmente planejáveis. Podem ser utilizados valores pré-fixados ou intervalos regulares, como de quatro em quatro

²² SEMPRINI, 2006, P.64.

minutos²³. A contemporaneidade não permite que alguém espere ociosamente em um banco de estação durante meia hora pela próxima composição.

Ao perder uma composição, o passageiro espera que exista uma espécie de disponibilidade permanente de condução e que o intervalo entre trens não o faça perder seu compromisso, nem chegar atrasado ao trabalho. No contexto do século XXI, a expectativa de mobilidade incessante está além do deslocamento físico. Os jovens almejam por mobilidade profissional, bem como o resto da população deseja o imediatismo do “aqui e agora” nas comunicações e em qualquer outra área.

Nesse ponto, os trens urbanos da região metropolitana do Rio de Janeiro tendem a falhar. A pesquisa mostrou que os atrasos são comuns e que os intervalos de trens, principalmente após o horário de nove da manhã e antes das quatro da tarde, chegam a ultrapassar vinte minutos, apesar do site da Supervia informar que o intervalo máximo ao longo do dia é de dezesseis minutos. Essa quebra de expectativa frustra os passageiros e cria uma imagem ruim do serviço e da própria marca no imaginário de seus usuários.

Não surpreender o cliente, ou pior, não atender às expectativas dele é extremamente perigoso para uma marca que precisa ser reconhecida. No mundo hedonista, em que as pessoas estão sempre em busca do prazer e do conforto, as marcas assumiram uma personalidade individual e devem transmitir características positivas, além de serem confiáveis.

Aaker & Joachimsthaler (2009) elaboraram uma maneira de analisar estrategicamente uma marca, que se baseia em três principais tópicos: análise do cliente, análise da concorrência e autoanálise. Tendo em vista esse modelo, na análise do cliente será necessário avaliar os seguintes quesitos: tendências, motivação, necessidades não atendidas e segmentação. Na análise da concorrência verificaremos a situação da imagem/identidade de marca, pontos fortes/estratégias, vulnerabilidades e posicionamento. E por fim, em autoanálise, deve-se estudar a imagem de marca existente, a herança de marca, pontos fortes/estratégias e valores da organização.

Ainda segundo Aaker & Joachimsthaler (2009), o sistema de identidade de marca é composto por quatro categorias: marca como produto, como organização, como pessoa e como símbolo. A primeira categoria comporta o escopo e os atributos do produto, os

²³ O metrô, por exemplo, faz intervalos de 90 a 120 segundos nos períodos mais cheios; e de três a cinco minutos nos demais períodos (CAIAFA, 2013, p.219). No entanto, para os trens pesquisados, pudemos observar que esperas de até quinze minutos são comuns. Além disso, foram constatados, em vários relatos nas redes sociais, que há esperas de até trinta minutos.

usos e os usuários. Na avaliação da marca como organização, veremos os atributos da organização, como a confiabilidade e a preocupação de consumidores. Na marca como pessoa, deve-se compreender a personalidade e o relacionamento com o cliente. E na categoria de marca como símbolo, estuda-se a herança da marca, imagem visual e metáforas.

Sobre a discussão de imagens das marcas, Troiano (2009) vai mais além e afirma que a marca só têm existência concreta na mente e no coração de seus consumidores. Desta forma, o consumidor pode ser considerado o legítimo proprietário das marcas, visto que sem ele não há consumo ou reconhecimento.

Seguindo os parâmetros de Aaker & Joachimsthaler (2009), faremos uma medição da eficácia da comunicação entre empresa e usuários utilizando indicadores que abarquem todas as dimensões anteriormente mencionadas: conscientização de marca, percepção de qualidade, fidelidade dos clientes e associações que incluem a personalidade da marca, além de associações organizacionais e de atributos.

Iniciaremos com uma análise do material disponibilizado pela Supervia para se comunicar com os passageiros: placas, adesivos, mensagens de som, propagandas, redes sociais, telefone de contato e site. Assim, testamos algumas situações nas quais os passageiros poderiam encontrar alguma dificuldade e precisar entrar em contato com a empresa.

Aldo Paschoal, diretor financeiro da AENFER (Associação dos Engenheiros Ferroviários), afirma²⁴ que há muita discussão sobre a necessidade de deixar o carro em casa e ir trabalhar por meio de transporte público. Entretanto, Paschoal alerta que é preciso haver uma identificação adequada das linhas de ônibus, com o objetivo de facilitar o entendimento do sistema para o usuário que não está habituado com aquele percurso. Trazendo para a realidade dos trens, pesquisamos que tipo de orientação está disponível ao passageiro que necessita realizar uma baldeação.

Iniciamos esta parte da pesquisa com testes no site da empresa (www.supervia.com.br), que possui a aba “Planeje sua viagem”, em que o usuário pode verificar quais ramais deve utilizar para chegar ao seu destino final. Para isso, basta digitar a estação de origem, o destino final, o horário e o dia que se pretende viajar. O site então responde com o tempo de intervalo dos trens, as estações de baldeação e quais

²⁴ Jornal da AENFER, p.3, ano XX, nº 170 – janeiro/fevereiro de 2016.

ramais o usuário pode usar. De uma forma geral, na maioria das buscas, a ferramenta se mostrou eficaz, apesar de uma falha ter sido detectada.

Ao fazer uma busca de como chegar à estação Silva Freire a partir de Nova Iguaçu, o site informa que, em qualquer horário pesquisado, basta pegar um trem no ramal Japeri, sentido Central do Brasil, e desembarcar em Silva Freire. Entretanto, ao consultar um mapa também disponível no site, um observador atento percebe que em letras pequenas, com pouca visibilidade e baixa resolução, encontra-se o aviso: “Estação Silva Freire – Horário de funcionamento (em) dias úteis, das 10h às 15h”. E por este motivo, apesar de ser uma ferramenta útil, ainda necessita de algumas melhorias para não desorientar o passageiro.

Caso o passageiro se guie apenas pelo site, se embarcar às 8h, em Nova Iguaçu, terá que constatar, na prática, que o trem passará pela estação desejada sem realizar parada. O correto, para quem segue viagem antes das 10h e depois das 15h, é desembarcar em Madureira ou Deodoro e seguir viagem em um trem parador. Contudo, a busca pelo “Planeje sua viagem” não informa isso.

Sobre o processo de troca de trens, testamos se há informação suficiente dentro dos veículos e das plataformas para o usuário realizar o procedimento com segurança e sem se perder. As estações que realizam transbordo no ramal Japeri são: Central do Brasil, Maracanã, São Cristóvão, Silva Freire, Madureira e Japeri. Avaliamos algumas e apresentamos os resultados nos parágrafos seguintes.

A estação Central do Brasil é o final de todos os ramais operados pela Supervia. E por este mesmo motivo é também a mais cheia e a que precisa disponibilizar suas informações de diversas maneiras, a fim de evitar transtornos ao passageiro. Notamos algumas formas de orientação quanto à direção a seguir: televisões informativas com os horários e plataformas dos trens, agentes nas plataformas, avisos sonoros e cores nas plataformas para diferenciar os ramais e placas.

A maior facilidade presente na estação para o transbordo de passageiros, que nem todas as outras possuem, é a presença de diversas plataformas e cada uma delas é específica para o embarque e desembarque nos diferentes ramais, numeradas de 1 a 13. O embarque para Japeri é realizado na plataforma 8, pelo lado direito 8H ou esquerdo 8G, com capacidade para até dois embarques simultâneos, porém apenas uma saída de cada vez.

O ramal Santa Cruz parte da plataforma 6, lado direito 6F e esquerdo 6E, sua plataforma possui todas as colunas e o início das grades pintado de cor verde. A

plataforma 11 é destinada ao ramal Belford Roxo, lado direito 11K e lado esquerdo 11J, e a cor indicativa é roxo. O ramal Saracuruna ocupa a plataforma 12, lado direito 12M e lado esquerdo 12L, indicado pela cor laranja. As mesmas cores das plataformas servem também para indicar os ramais nos diversos mapas espalhados pelas estações, trens e site da companhia.

A plataforma 2, lado direito 2B e lado esquerdo 2A, é destinada ao embarque de passageiros em trens paradores. Está indicada com a cor vermelha. As demais plataformas: 1, 3, 4, 5, 7, 9, 10 e 13 não são utilizadas para embarque. Elas servem como auxílio de manobras e desembarque. É comum a utilização dessas plataformas quando o horário de maior movimento está encerrando. Os trens desembarcam seus passageiros e depois seguem para o desvio, onde o trem será retirado de circulação temporariamente e retornará seu pleno funcionamento no próximo horário de pico.

Há pelo menos oito anos, quando não existia esse tipo de organização, os passageiros precisavam correr entre as plataformas para conseguir embarcar no trem correto. Era comum acontecer muitos esbarrões ou ver pessoas pulando nos trilhos com o objetivo de trocar de plataforma, pois o deslocamento convencional poderia ser longo e demorado diante do trem que anunciava sua partida imediata.

Gustavo Clementino, 28 anos, estudante de Direito, afirma que usava algumas táticas para descobrir em qual plataforma o trem dele (ramal Belford Roxo) iria parar. Ele menciona que costumava perguntar discretamente a um maquinista que estivesse presente na plataforma. Entretanto, enfatiza que tal procedimento deveria ser bem discreto, para não dar início a um “efeito manada”, no qual todos os passageiros corriam para a plataforma indicada. Gustavo recorda que também já pulou nos trilhos para chegar primeiro a outra plataforma, mesmo ciente dos riscos. Ele declara que “achava perigoso, mas o cansaço e a vontade de ir sentado me fizeram arriscar. Nunca vi nenhum acidente com ninguém sobre os trilhos, mas vi muita gente caindo na corrida até o trem”.

Mauro Almeida, 27 anos, morador do Engenho de Dentro e usuário de trem há dez anos, declara:

Eu me lembro bem das trocas de plataforma... eram um inferno. Já me atirei na linha em Belford Roxo, mas nunca fiz na Central, porque achava perigoso demais. Acho que a plataforma fixa melhorou a credibilidade da Supervia, sim, mas as pessoas continuam tendo muito preconceito com o trem. Eu tenho amigos do Grande Méier que preferem andar de ônibus sem ar-condicionado a andar de trem porque

acham que o trem é ruim. Mas o trem do Grande Méier para o Centro é muito mais rápido e muito mais confortável.

Ana, 56 anos, moradora de Nova Iguaçu, também narra de forma positiva a mudança na organização do embarque: “Era um tal de gente correndo para lá e para cá. Toda vez que um trem chegava, as pessoas corriam para tentar pegar. Todo mundo gostou, agora que não é mais assim.” A dificuldade de embarcar no trem correto é um dos motivos que levou o usuário antigo a perder a confiança na eficácia do transporte, como nos mostrou esta pesquisa. Entretanto, observamos que esse é um problema que vem sendo solucionado, aos poucos, pela Supervia.

A segunda estação de transferência analisada é a Maracanã, que possui uma localização estratégica. É considerada uma das mais importantes devido à possibilidade de integração com outros modais e sua localização geográfica, sendo possível desembarcar e seguir viagem de metrô até a Tijuca ou a zona Sul, ou descer a rampa e entrar em um dos muitos ônibus que circulam no Maracanã e seguem para outras partes da cidade. Além de integrar, a estação também é destino final de diversos passageiros, visto que possui uma rampa que a une diretamente ao estádio de futebol mais famoso do Rio de Janeiro. Outro destino importante, também ligado à estação por intermédio de uma rampa, é a Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Do lado oposto à universidade e ao estádio, encontra-se o zoológico da cidade do Rio, procurado por muitas famílias nos finais de semana.

A estação Maracanã possui bastante movimento em todos os dias da semana. Há uma plataforma para cada dois ramais, além de integrar os mesmos que a Central do Brasil (todos). Então, o passageiro deve aguardar na plataforma indicada pelas placas e, quando um trem se aproximar, ele deve ler o nome do ramal no primeiro vagão. Contudo, devido à velocidade do trem, nem sempre é possível ler claramente o que diz a pequena placa. Assim, é comum que as pessoas da plataforma perguntem aos que se encontram no trem qual é o destino correto, visto que na mesma plataforma podem parar trens de dois ramais diferentes.

Também é possível se orientar pelos avisos sonoros, no entanto, estes nem sempre informam a chegada do trem a tempo. E é claro, deve-se sempre levar em consideração a presença de pessoas com deficiência auditiva, que não conseguem ouvir as informações das caixas de som.

Dois atributos tecnológicos que auxiliam os usuários nesse momento de transição são letreiros nas laterais dos trens, informando o destino final e televisões com orientações sobre o próximo a vir. Os letreiros existem em vários novos trens e tendem a se tornar uma presença constante, com a renovação da frota da Supervia. Contudo, a tela informativa – do mesmo tipo que existe na Central do Brasil – mostrou-se um item bastante eficaz. O custo da instalação de televisões nas plataformas da estação Maracanã certamente compensaria o atual transtorno dos passageiros.

Alguns trens novos possuem um letreiro na lateral das portas, que pode conter o nome da estação final, como ocorre no metrô do Rio de Janeiro. Mas esse modelo não é a maioria, por isso, tal artefato ainda não pode garantir a eficácia da informação transmitida.

A estação Silva Freire integra apenas dois ramais: Japeri e Santa Cruz, em uma única plataforma. Também não possui televisões informativas e nem sempre conta com a presença de agentes de plataforma. Como já foi mencionado, para o ramal Japeri, os trens não realizam parada antes das 10h nem depois das 15h. Para o passageiro que desconhece esta informação, há um aviso sonoro nos trens, entretanto, nem sempre é possível ouvi-lo. Nesta pesquisa, também foi constatado que muitos vagões apresentam defeitos no sistema de transmissão de som.

Outra forma de acessar tal informação é através do mapa localizado sobre as portas dos trens e agora também nas plataformas. Entretanto, a informação encontra-se nas letras pequenas e por diversas vezes inacessível quando o trem encontra-se cheio.

Para quem já se encontra em Silva Freire e deseja seguir até Japeri ou Santa Cruz, é preciso ficar atento ao primeiro vagão da composição. Pois assim como a integração no Maracanã, nem sempre é fácil ler a placa na frente do trem e o sistema de áudio também não informa claramente o ramal do que se aproxima.

A estação Deodoro integra os ramais Japeri, Santa Cruz e Deodoro. Há televisões, agentes de plataforma e sistema de áudio. Essa estação conta com um lado da plataforma para cada ramal, o que facilita o embarque e evita confusões. Atualmente, nos dias úteis, basta permanecer na plataforma indicada através das placas, das televisões e do áudio, para embarcar no trem correto. A estação Deodoro possui uma eficácia semelhante à estação Central do Brasil, quanto à clareza das informações transmitidas. É muito mais fácil embarcar no trem correto quando os dados são emitidos de maneira acessível e por diferentes canais de comunicação.

Contudo, ao longo da pesquisa, encontramos situações nas quais o funcionamento padrão foi modificado. Como o caso de um dia de domingo, em que apenas a plataforma 4 funcionava para embarque e desembarque de todos os ramais. O motivo mais provável era de uma obra que acontecia para a inauguração da reforma da estação até a data das Olimpíadas. Com a mudança temporária, o transbordo tornou-se um pouco mais difícil e a única plataforma em funcionamento encontrava-se bem cheia para um fim de semana.

Em outra situação, no mês de maio de 2016, também encontramos essa mesma estação em obras. Os funcionários da equipe de trabalhadores terceirizados usavam equipamento de proteção, como macacões, luvas e capacetes, mas as plataformas em obras não foram desativadas e os passageiros circulavam entre as redes de proteção sem nenhuma segurança. Talvez aquela etapa da reforma abrangesse apenas as escadas rolantes (que não funcionavam na ocasião descrita) e realmente não oferecesse riscos à vida e à saúde do usuário. É difícil precisar se a concessionária agia corretamente ou não, visto que não havia informações exatas sobre a etapa das obras ou o motivo da paralisação de parte dos serviços em nenhuma das duas ocasiões.

É perceptível, mesmo em face de diferentes problemas, que há uma falha rotineira no ambiente das estações: a falta de informação. Algumas vezes são os aparelhos que não funcionam, como as televisões dentro dos trens, os avisos sonoros ou letreiros luminosos laterais. Em outras situações, é a própria empresa que não disponibiliza orientações e informações suficientes ao usuário que se encontra dentro das plataformas e não sabe como proceder. A dúvida aumenta a desconfiança da população e prejudica o bem maior da empresa: sua imagem (GONÇALVES, 1993).

A última estação do ramal, a Japeri, realiza integração para a cidade de Paracambi. O transbordo de passageiros, neste caso, é necessário, pois há uma diferença no sistema de bitolas e por isso o trem é diferente. A desvantagem é ter que desembarcar de um trem e esperar vários minutos pelo outro, na mesma linha. A estação também possui um sistema de áudio, entretanto a possibilidade de entrar na composição errada é mínima, visto que se trata apenas da continuidade da mesma viagem, no sentido idêntico ao que o passageiro já seguia, apenas trocando o veículo.

Percebemos que não é tão simples realizar integrações dentro do mesmo meio de transporte. Apesar de o sistema já ter sofrido diversas melhorias com o passar dos anos, a transferência de ramais, para quem não está acostumado ainda, não é tão clara. E a comunicação não se mostrou uniforme em todas as estações de baldeação. A presença

de televisões informativas e de uma plataforma para cada trem é de suma importância para facilitar a viagem do passageiro. E a manutenção do equipamento já existente também se faz necessária, pois nem todo dispositivo de áudio dos trens e plataformas funciona perfeitamente.

Outra dificuldade percebida na transmissão da informação refere-se à localização de estações pelo passageiro que se encontra no interior dos trens. Ou seja, ter que descobrir a estação que se encontra e para onde o trem se dirige. Há um aviso sonoro, conforme mencionado diversas vezes, que nem sempre funciona. A segunda opção é um aviso luminoso, no interior dos trens, com o nome da próxima estação. A dificuldade desta opção é que nem todos os trens encontram-se equipados com tal tecnologia e em alguns casos esse aparato também não funciona perfeitamente.

A terceira dificuldade na comunicação existente é a divergência entre a altura das janelas e as placas informativas no interior das estações. Os trens mais antigos possuem janelas menores, que dificultam a visualização de quem está em pé e possui mais de 1,60m, como também de quem está sentado, pois os assentos dos trens antigos e reformados localizam-se de costas para as janelas e quase sempre outros passageiros bloqueiam a visão.

É normal alguém perder a estação porque não se deu conta de onde estava ou só perceber que está no trem errado após várias estações, como também de ouvir a típica pergunta: “que estação é essa?”. Manter o sistema de som e os avisos luminosos em perfeito estado de conservação também se mostra uma das principais soluções para esse problema. Outra opção, nem tão simples de ser aplicada assim, é a compra de composições que atendam às necessidades da população.

A compra de composições também é realizada com investimento público²⁵. E por este motivo, devem atender às necessidades do carioca. Algumas composições apresentam lixeira e bagageiro, outras não. Alguns bancos possuem divisões individuais, enquanto outros são espaços contínuos que comportam muitos ou poucos passageiros, de acordo com o tamanho das pessoas. Há muito mais tópicos para se abordar, no que diz respeito à questão tecnológica, todavia deixaremos este assunto para o terceiro capítulo. No próximo item, iremos discorrer sobre a apresentação da linguagem publicitária.

²⁵ Informação disponível em: <http://www.rj.gov.br/web/setrans/exibeconteudo?article-id=992744>. Acessado em 03/07/2016, às 19h26.

2.3 Mensagens institucionais: a propaganda

A identidade visual de uma empresa é composta por todos os elementos gráficos, digitais e táteis disponibilizados para identificação da marca por seus clientes, colaboradores e fornecedores. É responsável por criar padrões que são sutilmente reconhecidos pelos olhos e gradativamente guardados na memória, de modo que determinados elementos visuais possam ser imediatamente associados a uma marca. O design do produto enquadra-se nesta categoria, bem como a paleta de cores utilizada nas embalagens e nos cartazes institucionais. Algumas empresas investem em fontes exclusivas não somente para o logotipo, como também para textos institucionais. Quanto mais elementos visuais dentro de um mesmo padrão, mais fácil torna-se para o público-alvo reconhecer a marca.

De acordo com Vásquez (2011, p.206): “O grau de reconhecimento da marca vai depender da forma como a identidade conceitual foi concretizada por meio do aspecto visual”. Desta forma, avaliamos a unidade dos elementos visuais ligados ao nome e ao ambiente da Supervia. É essencial para uma marca estar sempre presente, principalmente dentro de seu próprio ambiente de atuação. Conforme descrito na literatura de comunicação organizacional, o cliente imerso no meio de atuação da empresa deve se sentir seguro e satisfeito.

Por isso, ao longo da pesquisa, foram visitados diversos trens e plataformas, com o intuito de avaliar o tipo de comunicação corporativa direcionada pela Supervia aos seus clientes. Analisaremos o uso do slogan, a uniformização da informação, as cores e fontes que compõem a identidade visual da marca.

Em um dos trens visitados, havia um cartaz publicitário informando a previsão de renovação da frota de trens urbanos para os próximos anos. Estava presente o slogan “O Rio passa por aqui”. O texto de apoio continha a frase: “Até 2014, serão instalados ar-condicionados em 73 composições”. Além disso, de acordo com a publicidade, em 2011 havia 20 trens novos com ar-condicionado; 18 trens feitos de aço inoxidável com ar-condicionado; 73 trens de aço inoxidável sem ar-condicionado e 49 trens aposentados de aço carbono sem ar-condicionado. Assim, a frota totalizaria em 160 trens, com idade média de 35 anos. No cartaz, havia ainda uma previsão de, em 2014, não haver nenhum trem sem ar-condicionado circulando e um incremento de 80 novos também em circulação. E em 2016, segundo o informativo, o total de trens atingiria a marca de 231 unidades, todas com ar-condicionado.

Não podemos afirmar com precisão o ano em que o cartaz foi afixado no interior do vagão, contudo, sabe-se que até julho de 2015 o site da Supervia afirmava que nem toda frota estava equipada com ar-condicionado²⁶. O destaque de cores nas informações do ano de 2011 e as metas que foram divulgadas, entretanto não alcançadas em 2014, levam a entender que o material gráfico foi impresso provavelmente entre 2011 e 2013.

Vásquez (2011) afirma que propor ao consumidor algo que a empresa não conseguirá cumprir contribui para a perda de credibilidade da marca e desgasta a imagem corporativa. Cartazes com informações ultrapassadas e a exibição de metas que não foram alcançadas só auxiliam na depreciação de sua imagem.

Desta forma, foram observados exemplos de publicidade desatualizada, como a mistura na veiculação de modelos de cartazes novos e antigos, além de envelopamentos defasados. Envelopar um vagão consiste na adesivação total da parte exterior com a finalidade de divulgar outra marca. Após o término do período de vigência, o ideal é que o vagão seja limpo e volte a sua condição original.

Todavia, encontramos dois vagões de diferentes composições anunciando marcas distintas que, aparentemente, foram adesivados há anos. Um dos dois se refere a uma marca de relógio e parte do adesivo já se desprende da máquina, de forma que o vagão adquiriu um aspecto abandonado. O outro vagão foi caracterizado com uma marca de produtos para bebês cuja identidade visual encontra-se desatualizada. Vásquez (2011, p.211) elucida que: “A falta de atualização nas comunicações resulta numa imagem de marca envelhecida e enfraquecida”. Tão importante quanto veicular uma campanha publicitária, é saber o momento de retirá-la de circulação e substituí-la por outra mais atualizada.

No interior dos trens há ainda outros espaços reservados para publicidade. Como as televisões internas, há os cartazes protegidos por telas plásticas e um modelo de anúncio impresso vertical próximo ao teto, semelhante ao formato utilizado no metrô. Nas estações, com as reformas e a renovação da estratégia publicitária da empresa, percebemos uma diminuição de áreas reservadas para outras marcas. Alguns espaços foram reaproveitados para divulgar o mapa da malha ferroviária do Rio de Janeiro e outros se encontram vazios.

²⁶ Afirmação presente na notícia “Mais quatro novos trens em operação”, publicada em 13/07/2015, disponível em www.supervia.com.br/noticia/mais-quatro-novos-trens-em-operacao/955. Acessado em 16/06/2016, às 10h.

2.4 Mensagens institucionais: os canais de comunicação

Após avaliar a publicidade, testamos os canais de comunicação da empresa. Analisamos o conteúdo das respostas, a velocidade no atendimento e a facilidade de acesso dos recursos disponíveis ao cliente. Esta pesquisa concorda com Vieira (2004, p.31), quando o autor afirma que: “Pelo novo sistema ‘recíproco’ de comunicação, a empresa pode saber se suas informações são recebidas e interpretadas de forma correta, dando oportunidade (...) ao público em geral de comentar e fazer perguntas”. Isso porque, na esfera da comunicação empresarial, a transmissão de mensagens não pode ser considerada uma via de mão única. Não há comunicação eficiente entre a empresa e o usuário se ambos não puderem se expressar e ser compreendidos.

Em 28 de junho de 2013, tentamos contato com a Supervia por intermédio da sessão “Fale conosco”, existente no site institucional. Em resposta, recebemos um e-mail com o número de protocolo, informando que o cliente deveria realizar um contato telefônico através da Central de Atendimento ao Cliente, após cinco dias úteis, para saber a resposta.

Após dois anos e meio, em 25 de novembro de 2015, testamos novamente o mesmo canal de comunicação. Recebemos uma resposta automática informando que a empresa passava por um momento de reestruturação interna e, por este motivo, eles não poderiam atender à solicitação. O e-mail deixava o telefone da central de atendimento e o atendimento ao deficiente auditivo como outra opção de contato, ou que fosse enviada uma nova mensagem no primeiro semestre do ano seguinte.

No ano consecutivo, em 12 de fevereiro de 2016, insistimos em um contato pelo “fale conosco”. Recebemos novamente uma mensagem com o aviso da reestruturação, com um número de protocolo e um pedido para tentarmos novamente a partir de abril de 2016. Este e-mail também deixava um telefone e o contato para os deficientes auditivos.

Dentre os três e-mails recebidos, notamos que os dois mais recentes possuíam assinatura com a logomarca, endereço, site e telefone da empresa. É interessante salientar que houve uma conscientização empresarial em relação à importância de exibir sempre a imagem da empresa, de estar presente como uma logomarca reconhecível no imaginário do consumidor.

Uma assinatura empresarial agrega credibilidade à mensagem transmitida, entretanto não substitui o seu conteúdo. Em nenhum momento houve resposta à pergunta do cliente ou algum indicativo no texto do e-mail, de que o questionamento foi lido por um funcionário da empresa. Um canal de comunicação com apenas respostas

automáticas não pode ser considerado eficiente, por isso questionamos, inclusive, a sua função comunicativa.

Segundo a pesquisa realizada por Terra (2011), com usuários de Internet, dentre os principais meios de se relacionar com as organizações, o e-mail foi considerado o mais importante, seguido pelo telefone, mídias sociais e o meio presencial. Kendzerski (2009, p.22) afirma, a respeito das novas tendências de comunicação empresarial *online*, que: “Hoje, o essencial para o sucesso de qualquer empresa é comunicar-se com seu público da forma como ele deseja”.

E seguindo a ordem de preferência de canais de relacionamento, prosseguiremos com a análise do Supervia Fone, ou também chamado pela empresa de Canal de Relacionamento com o Cliente, que funciona gratuitamente 24h por dia. Testamos o canal em horários diferentes e encontramos um rápido atendimento em todas as ligações. Antes da opção “falar com um atendente”, é preciso ouvir uma breve mensagem sobre as outras opções disponíveis no menu eletrônico: preço da passagem, achados e perdidos, gratuidade, horários e envio de currículo.

Através desse canal, a Supervia também tem a possibilidade de divulgar notícias e publicidades curtas antes de entrar nas opções descritas acima. Assim como o exemplo de um aviso veiculado, em 27/06/2016, sobre alguns trens não realizarem paradas na estação São Cristovão devido às obras de melhorias. O serviço telefônico foi confrontado ainda com o decreto nº6.523, de 31 de julho de 2008, que fixa normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Assim, foi possível validar as recomendações do decreto e o Supervia Fone se mostrou um canal eficiente e de fácil acesso.

Mais um canal de comunicação analisado que também se mostrou muito eficiente foi o Twitter, uma rede social e servidor de mensagens curtas e instantâneas que permite aos seus usuários disponibilizar informação rápida e direta a todos os seus seguidores. Devido à necessidade de respostas rápidas e precisas, é difícil para muitas empresas administrar essa rede.

O perfil empresarial da Supervia (@Supervia_trens) possui 68700 seguidores e proporciona atendimento em tempo real durante os dias úteis, entre 7h e 19h. As perguntas direcionadas ao perfil são solucionadas em minutos ou até segundos, sem respostas automáticas e sempre demonstrando conhecimento técnico das situações apresentadas.

No dia 24/06/2016, às 14h23, o usuário @FullHelena escreveu: “@Supervia_trens menores com drogas fazendo arruaça no trem chegando Braz de pina sentido gramacho. Socorro pm”. Às 14h25, a Supervia responde: “Helena, saberia nos informar em qual carro o problema acontece?”. Na sequência do diálogo, o usuário informa que estavam no terceiro carro e a empresa agradeceu, prometendo entrar em contato com os agentes das estações seguintes.

No Twitter da empresa, encontramos vários passageiros reclamando sobre as condições do ar-condicionado ou atrasos nos trens, e todos foram prontamente respondidos. E segundo as falas da empresa, os problemas são solucionados com ações como informar a situação ao maquinista, acionar os agentes de plataforma ou entrar em contato com a estação responsável.

Percebemos que esse canal, quase sempre, é acionado quando os usuários estão no ambiente dos trens e plataformas operados pela concessionária. Todavia, é importante ressaltar que a Supervia transporta 620000 passageiros por dia útil²⁷ e o número de seguidores no Twitter representa pouco mais de 10% desse público.

Toda tecnologia é compreensível a uma parte do público, enquanto o outro lado se vê limitado ao acesso. Dentre as presumíveis causas dessa baixa porcentagem, encontra-se a circunstância de que nem todos os passageiros possuem acesso à Internet. Há aqueles que não possuem conhecimento suficiente para manipular a ferramenta virtual e também uma parcela que simplesmente não se interessa por redes sociais virtuais.

É notável a importância de uma grande empresa que opera serviços básicos à população possuir canais de comunicação distintos, pois percebemos que o público-alvo é composto por diferentes perfis e que nem todos possuem acesso à Internet ou sabem ler.

Seguindo a análise das mídias sociais, verificamos também o Facebook da Supervia. Com 50.881 curtidas até o dia verificado, é uma página com bastante interação através dos comentários das publicações. Isso seria um indicador positivo para a marca, se não houvesse tanta repercussão negativa associada a cada nova postagem da página.

Entre os dias 1/6/2016 e 27/6/2016, foram analisados duzentos comentários diferentes na página do Facebook da Supervia. E como resultado, encontramos 81% de comentários negativos em relação à empresa e ao serviço prestado. O resultado foi de

²⁷ Site da Supervia: <http://www.supervia.com.br/quemsomos.php> em 30/06/2016, às 15h07.

16% das pessoas que fizeram comentários considerados neutros, como perguntas diretas, sem ironias ou apenas marcando algum amigo para ler a postagem. E apenas 3% do público deixou algum texto contendo elogios ou mensagens positivas em relação à Supervia.

O Facebook possui a opção de deixar registrada uma reação com *emoticons*, que são ícones representativos de um estado de espírito, como o de ter curtido, amado, rido ou sentido raiva daquela publicação. E o ícone representativo de raiva foi encontrado em praticamente todas as postagens avaliadas. Ainda que a notícia se tratasse apenas de uma informação de utilidade pública, como uma festa junina gratuita no centro da cidade, a cada publicação na página da Supervia havia uma onda de comentários negativos.

Algumas pessoas confundem a função da empresa, culpando-a por não oferecer empregos o suficiente à população em tempos de crise ou exigindo uma ação social que atenda aos usuários de droga que vivem no entorno das estações. O mês avaliado apresentava algumas publicações relacionadas à inauguração de estações reformadas, também conhecidas como “estações olímpicas”, pois se constituem como parte do trajeto de passageiros até as zonas de competições, como Maracanã, Engenho de Dentro e Deodoro.

Em meio à atmosfera da proximidade do evento, muitos usuários criticavam os altos investimentos em obras com finalidade majoritariamente estética, enquanto o resto do serviço continuava apresentando muitas falhas. Uma das falas pertence a Matias Lapoente, 51 anos:

De que adianta estações bonitas se os trens não têm regularidade de horários? A linha Santa Cruz é horrível, preveem 1h15 de viagem e nunca leva menos de 2h? Só de São Cristóvão à Central leva pelo menos 20 minutos. Inúmeras paradas entre as estações com a desculpa de aguardando a liberação de tráfego. Se todo o resto funcionasse, não precisava de estação bonita para turista ver, pois quem banca a supervia é o trabalhador que pega o trem todo dia e não os turistas que vêm aqui de vez em quando. Enfim, o serviço é tão péssimo que nem olhamos as estações.

Apesar de receber muitas reclamações, a observação demonstrou que a companhia consegue responder quase todos os questionamentos com profissionalismo e sem alterações. Segundo o site do Facebook para empresas²⁸, é importante que não se ignorem as reclamações dos clientes. No meio virtual, a velocidade de respostas também é um fator crítico para uma boa avaliação.

²⁸Disponível em: <https://www.facebook.com/business>, acessado em 04/08/2016, às 19h29.

Em cada questionamento e crítica sobre atrasos ou outros problemas apontados pelos usuários, o administrador da página respondia a partir dos mesmos padrões utilizados pelos porta-vozes oficiais da empresa. Segundo França & Golçanves (2009), a Supervia assume a postura pública, diante de entrevistas televisivas, de admitir os erros, explicando os motivos que levaram a eles e buscando oferecer respostas para que não voltem a ocorrer.

Camargos e Lopes (2013) afirmam que a maioria das reclamações virtuais é decorrente de dificuldades de comunicação com os canais clássicos de relacionamento, como o Atendimento ao Consumidor. Os autores constataram também que reclamações *online* geram maior visibilidade, por isso a maioria das pessoas elegeu a Internet como seu principal meio de comunicação e passou a julgar os antigos meios como retrógrados.

Uma empresa que possui uma página no Facebook deve adotar, como prioridade, as seguintes medidas: responder aos questionamentos com agilidade; produzir conteúdo atual, relevante e diretamente conectado a sua área de atuação; fomentar interação com os clientes; estar sempre atualizada em postagens, notícias e ser sempre cordial, mesmo em face de grandes ofensas. Estas regras podem ser usadas por qualquer página no Facebook, com o objetivo de se aproximar do cliente e valorizar a imagem da marca.

Hoje, existe mais confiança nos relacionamentos entre iguais (horizontais) do que nos relacionamentos mais formais, da empresa para o cliente (verticais). Os consumidores acreditam mais na experiência relatada por seus amigos e parentes do que nas palavras de uma empresa. A difusão das mídias sociais pode ser vista como um espelho dessa nova tendência, na qual os consumidores tendem a acreditar menos na propaganda gerada por empresas ao passo que se tornam mais suscetíveis à opinião e ao relato de conhecidos. (KOTLER & KARTAJAYA, 2010)

Zarella e Zarella (2010) alertam para o impacto do uso do Facebook como mídia. Os autores mostram que as taxas de circulação dos jornais estão em declínio e a televisão, por sua vez, é um meio caro e nem sempre rentável, enquanto os usuários da rede muitas vezes ajudam voluntariamente na divulgação de uma marca. Por isso mesmo, esse ambiente é um ótimo lugar para se começar um novo plano de marketing empresarial.

Todavia, nem sempre as regras de bom uso do Facebook garantem uma página bem sucedida. Quando a população já se encontra insatisfeita com a instituição por motivos que extrapolam as redes sociais, como a qualidade do serviço prestado rotineiramente,

não é uma simples publicação que vai mudar a opinião pública. A página do Governo do Estado do Rio de Janeiro, por exemplo, passou a receber uma grande quantidade de comentários hostis desde que atrasou o recebimento integral dos salários dos funcionários.

Ao longo dos primeiros estudos científicos na área da Teoria da Comunicação, acreditou-se que era possível, com as palavras certas, convencer o receptor de alguma ideia proposta pelo emissor (SHAW, 1977). Contudo, a publicidade sozinha não é suficiente para mudar a opinião do público. As maiores insatisfações dos usuários são a superlotação e os atrasos. Os passageiros demonstram que possuem uma opinião crítica sobre o serviço que utilizam e não é a publicidade que vai convencê-los do contrário.

Troiano (2009) alerta para a evolução do perfil dos consumidores. Segundo o autor, os usuários, antigamente, permaneciam calados diante de situações de descontentamento com as empresas. Entretanto, hoje em dia, ao primeiro sinal de insatisfação, eles trocam de loja, marca, produto ou operadora. Comprovamos que os consumidores da atualidade realmente reclamam pelo Facebook, mas o número de usuários do trem não chegou a diminuir, como ocorrera entre os anos de 1984 e 1988, quando o número de passageiros reduziu drasticamente devido à falta de investimentos em melhorias no sistema²⁹.

Por outro lado, algumas reações exageradas espelham sentimentos além da insatisfação, pois em muitos comentários exacerbados notamos demonstrações de pura raiva. Como o uso constante do *emoticon* que representa um boneco rosnando ou comentários com palavrões. Até mesmo as justificativas de atrasos devido ao roubo de cabos da linha férrea não são aceitas pela maioria dos usuários que comentam nas postagens.

A imagem da empresa está tão danificada frente ao seu público-alvo, que em vez de reagir com fidelidade, percebemos uma hostilidade na maioria dos comentários públicos nas mídias sociais avaliadas. Existem ainda outras formas de comunicação entre a empresa e seus clientes que poderiam ser analisadas. Escolhemos algumas a partir de critérios como relevância, número de interações diárias e seguidores, além de facilidade de acesso.

Ao longo da pesquisa, percebemos que a Supervia ainda não atingiu um bom patamar de confiança e satisfação no imaginário de seus consumidores. Ao digitar em

²⁹ Dado encontrado no VIII Seminário Nacional Metroferroviário, Disponível em <http://www.antp.org.br/biblioteca/>, acessado em 19/06/2016, às 21h40.

redes sociais a palavra Supervia, na busca rápida, encontramos imediatamente grupos que criticam negativamente a empresa. No início deste capítulo, mostramos a preocupação da literatura de marketing com a importância da marca como organização e como pessoa, de apresentar características de confiabilidade e bom relacionamento com o cliente.

Por um lado, é previsível encontrar críticas, por parte da população, em relação ao serviço de trens urbanos no Rio de Janeiro, visto o histórico de descaso vivenciado ao longo das últimas décadas. Fato que prejudica a marca como símbolo, em razão do seu passado remeter a uma imagem negativa do serviço prestado.

A marca como produto também apresenta suas falhas. Há promessas de renovação e melhoria na frota que foram divulgadas, no entanto, não conseguiram ser cumpridas no prazo. Em razão de causas nem sempre divulgadas aos clientes, há atrasos constantes e, por conseguinte, a queda na percepção de qualidade do serviço prestado.

A fidelização dos clientes, neste caso, não é algo tão fácil de mensurar como em outras empresas. É certo que em casos de extrema insatisfação, o público irá trocar a sua forma de deslocamento diária. Contudo, nem sempre a classe C³⁰ pode arcar com os custos da troca. Alguns empregadores pagam apenas pelo meio de transporte mais barato e o trabalhador não pode bancar a diferença. Em outros casos, a alternativa entre o subúrbio e a cidade são vias engarrafadas e igualmente imprevisíveis.

Um dos motivos da raiva expressada nas redes sociais é o acúmulo de insatisfações com os atuais modelos de trabalho, transporte e condições sociais pelos quais o cidadão comum vivencia. A distribuição de empregos e moradias pela região metropolitana do Rio de Janeiro, na qual apenas alguns bairros centrais ofertam mais empregos e salários maiores e as demais cidades abrigam as residências, contribuem para a superlotação dos meios de transporte que seguem em direção ao Centro. Enquanto a cidade não for despolarizada, os meios de transporte continuarão recebendo as críticas provenientes do modelo de organização social. Observamos que nem todas as reclamações estão diretamente associadas à empresa e à marca Supervia, mas as frases negativas auxiliam no rebaixamento do valor de marca percebido.

E finalmente, para uma marca ser reconhecida no mercado, para além de seus usuários, é necessário investir em publicidade. Na pesquisa pelos jornais e sites de

³⁰ Classe social predominante ao longo das viagens, responsável por 61% dos passageiros, segundo o VIII Seminário Nacional Metroferroviário, disponível em <http://www.antp.org.br/biblioteca/>, acessado em 19/06/2016, às 21h40.

notícias visitados, foi possível perceber que a Supervia não costuma se utilizar de publicidade paga, como anúncios em jornal, rádio e TV. Há propagandas da empresa nas estações e no interior dos trens. Entretanto, fora desse ambiente, só é possível ver o nome da empresa nas páginas de reportagens, que nem sempre são positivas.

2.5 Os trens no noticiário carioca: algumas observações

Com a finalidade de examinar criticamente o que diz a mídia a respeito dos trens, foram selecionados, durante o primeiro semestre de 2015, os dois jornais impressos de maior circulação e pertencentes a grupos empresariais diferentes no Rio de Janeiro: “O Globo” e “O Dia”. Todos os setores dos jornais foram considerados relevantes nesta pesquisa.

Dentre as reportagens analisadas sobre os trens urbanos, a maioria retratava atrasos, acidentes, roubos, aumento da tarifa e más condições de conservação dos trilhos e vagões. As publicações consideradas otimistas em relação à temática “transportes públicos”, que descreviam os novos investimentos e os planos de melhoria para mobilidade, sequer mencionavam os trens. A pesquisa revelou que é difícil encontrar notícias positivas sobre esse transporte.

Alguns exemplos de manchete encontradas são: “Colisão entre 2 trens deixa 69 feridos”; “Trens batem e ferem 40 na Baixada”; “Três estações de trem roubadas em um mês”; “Trem sai do trilho e fere 5 em Cascadura”; “Usuários de trem e ônibus querem conforto”; “Justiça aceita ação contra cartel de trens”; “Falha humana causou choque entre trens”; “Mais um arrastão nos trilhos”; “Transtornos também na linha férrea”; “Acidente fecha oito estações de trem”; “Ataque na Baixada – mulher perde um braço após roubo de aparelho”³¹.

A julgar pelas manchetes, a realidade dos trens é de medo e insegurança, como nos seguintes trechos: “Entre os passageiros, o clima foi de pânico” ou “Os passageiros precisaram descer nos trilhos da via para seguir viagem”³². Quem apenas lê as matérias jornalísticas não possui acesso a outra visão das viagens. A pesquisa de campo revelou que há muita conversa e descontração nos trajetos de trem. E se este transporte fosse comparado a um espaço urbano qualquer, como um bairro ou uma cidade, poderia ser

³¹ Na ordem: O Globo, 6/1/2015; O Dia, 6/01/2015; O Dia, 29/01/2015; O Dia, 11/02/2015; O Globo, 16/02/2015; O Globo, 22/03/2015; O Globo, 27/03/2015; O Dia, 1/4/2015; O Dia, 14/4/2015; O Dia 7/5/2015; O Globo, 17/6/2015.

³² O Globo, 6/1/2015 e O Dia, 11/2/2015.

considerado tão violento quanto o resto do Rio de Janeiro. O que não exime a empresa da responsabilidade de prover segurança a seus passageiros.

A comparação que se faz entre o espaço urbano e o do trem evoca aquela que Caiafa (2013) faz entre a linha 2 do metrô carioca e a cidade. Muitas pessoas reclamam que os usuários jogam lixo no chão, na linha 2 do metrô. Contudo, ao olhar para os espaços que os trilhos do metrô cortam, observamos lixo e sujeira no chão, assim como existem furtos e acidentes de trânsito diários em toda a cidade do Rio de Janeiro e região metropolitana. Desta forma, andar de trem não seria mais inseguro do que viajar pela Avenida Brasil, pela Linha Vermelha ou até cruzar a região da Central do Brasil a pé.

Segundo Augé (2014), a violência gera medos específicos como estresse, pânico e angústia, que se agregam uns aos outros e se combinam entre si. O autor afirma que a violência contribui para o surgimento de um “mal-estar” generalizado que tem se apoderado das sociedades humanas em equilíbrio.

Assim, os medos gerados por diversas violências como as econômicas, políticas e tecnológicas, contribuem para uma situação contemporânea de estresse contínuo. Augé ressalta ainda que há medos que surgem da dedução do conhecimento e outros que são induzidos pela ignorância. O medo de andar de trem estaria entre a indução e a dedução.

Os usuários que andam de trem, como demonstrado no estudo sobre as redes sociais, tendem a criticar negativamente esse meio de transporte e a mídia, por sua vez, também não prioriza as questões positivas. Com isso, a população é induzida a formar opiniões negativas. Ao longo da pesquisa, chegamos a deduções como as da senhora Margarida, de 78 anos, que não utiliza o trem porque acredita não ter escadas rolantes na estação Maracanã. Ou como já citado por Mauro Almeida, há pessoas que preferem andar de ônibus, pois acreditam que o trem é ruim, mesmo que nunca tenha usado esse meio de transporte.

França & Golçanves (2009) estudaram o conteúdo de matérias jornalísticas relativas à Supervia veiculadas durante o ano de 2009 na programação jornalística da Rede Globo de Televisão. De acordo com os autores, a palavra “tumulto” foi constantemente mencionada nas reportagens analisadas e, em decorrência desse fato, a imagem institucional da Supervia está ligada a quesitos como: confusão, atrasos e desrespeito. Os autores afirmam que o alarde causado pelas reportagens influencia diretamente na reputação da empresa.

As notícias, que de fato não são inventadas, constroem uma realidade insegura e violenta dentro dos trens. Para quem não anda todos os dias nesse meio de transporte, ficam registradas apenas as ocorrências policiais. É como se um turista, que não mora no Rio de Janeiro, tivesse acesso apenas às notícias de arrastões e furtos nas praias de Ipanema e Copacabana. Ele certamente escolheria outro lugar para passar as férias e provavelmente repetiria o discurso de violência sobre as praias, mesmo que nunca tenha visitado o Rio de Janeiro.

Pelas redes sociais, também no primeiro semestre de 2015, acompanhamos as reações positivas dos usuários diante da instalação de carregadores de celular que foram instalados nos trens, semelhante aos de shoppings e aeroportos. Durante a pesquisa nos jornais escolhidos, nenhuma reportagem sobre o assunto foi encontrada. Isso reflete um dos critérios relativos à escolha das notícias:

As notícias negativas são mais facilmente consensuais e desprovidas de ambiguidade, no sentido em que existe um acordo quanto à interpretação do acontecimento como sendo negativo, o fato de serem mais inesperadas do que as notícias positivas. Isso pressupõe uma cultura em que as mudanças em sentido positivo, o “progresso”, são em certa medida, consideradas como uma coisa normal e banal (WOLF, 1987, p. 91).

Existem outros critérios para considerar a relevância de uma notícia. Quando o acidente envolve diversas pessoas, como um descarrilamento, o assunto é digno de uma primeira página. Também quando o ocorrido se transforma em um acontecimento em série. No entanto, até as notícias ruins, em excesso, desgastam-se. Um assalto, no dia 15 de junho, dentro de uma composição do trem, resultou em um acidente com uma estudante que caiu no vão e teve o braço direito amputado.

O caso recebeu apenas uma nota de dois parágrafos nas páginas policiais do jornal O Globo, no dia 17 de junho. A baixa relevância atribuída à notícia pode ter diferentes causas. O local do acidente, a brutalidade do caso e a própria temática dos trens que, como já demonstrado anteriormente, é pouco valorizada. Há diferentes critérios que determinam se um fato é ou não noticiável.

Entretanto, o cotidiano das viagens ferroviárias, ao contrário do que se acompanha na mídia, não consiste apenas em acontecimentos extremos. Também existem diversas situações de convivência pacífica e agradável nas composições. O espaço social dos trens é rico em relações humanas. As pessoas se reapropriam dos vagões, que se tornam parte de um corpo vivo.

O ambiente dos trens é multifacetado e a mídia impressa tende a retratar para o consumidor apenas o lado dos acidentes e da violência, corroborando com o desenvolvimento de ideias de medo e violência que circundam as conversas sobre a temática. Apesar disso, nenhum meio de comunicação detém o controle sobre o que a sociedade pensa.

Os jornais apenas disponibilizam as informações que atendem a uma ordem de prioridades e que correspondem às exigências dos leitores, editorial e investidores. E nessa escala hierárquica, as notícias sobre trens urbanos, nos últimos seis meses, vêm perdendo espaço para os outros meios de transporte. O que pode influenciar na pauta de diálogos do leitor.

O trem, mais do que mero meio de transporte que cruza as cidades em um caminho próprio, também é um espaço ativo de participação social. Fomenta vida ativa pela metrópole quando promove mobilidade, desde o subúrbio até o centro. Também é um espaço vivo e multifacetado de expressões coletivas.

3. Comunicação face a face durante as viagens

3.1 O ambiente social dos trens – a cidade dentro dos vagões

A comunicação é, por vezes, definida como um sistema de transmissão de signos. E, através dessa ótica, a episteme comunicacional tende a permanecer limitada a interpretações de mensagens linguísticas e estudos midiáticos. O conceito que queremos trazer à luz nesta pesquisa assemelha-se mais a uma constituição do comum humano, uma partilha de algo ou a participação em alguma coisa (SODRÉ, 2014).

Os seres humanos se comunicam porque são capazes de relacionar ou organizar mediações simbólicas com o objetivo de compartilharem algo, que pode ser uma informação, emoção, sentimento e tantas outras necessidades. Queremos, portanto, nesta pesquisa, falar a respeito do trem como um lugar de emergência de práticas comunicacionais e como um ambiente único que propicia a movimentação dos corpos e o trânsito de mensagens.

Entendemos que a comunicação não se expressa apenas por intermédio das falas e dos diálogos verbais. Também é possível perceber formas de se conectar com o outro e com o mundo exterior através de um sorriso, um choro ou gestos. A comunicação no ambiente dos trens, portanto, também envolve a questão oral e gestual.

O ambiente dos trens é povoado por múltiplas linguagens que não se anulam, pelo contrário, se interligam e colaboram com a mistura de opiniões. Concordamos com Volochinov & Bakhtin (1976, p.12), que “Quando uma pessoa entoa e gesticula, ela assume uma posição social ativa com respeito a certos valores específicos e esta posição é condicionada pelas próprias bases de sua existência social.”.

Toda comunicação oral também depende do contexto extraverbal, tudo aquilo que não precisa ser dito para ser compreendido pelos participantes da conversa. No trem, quem entra abruptamente sabe que os segundos que antecedem a abertura das portas não se deve manifestar nenhuma conversa. É um momento de tensão e uma simples troca de olhares ou uma indicação gestual já são o suficiente para o câmbio de informações.

Alguns gestos comunicacionais possuem um caráter ritualístico de regularização da vida social, como a forma de embarcar no trem. Os rituais apoiados na estrutura dos trens e das plataformas simbolizam as disputas para além daquele ambiente, como se houvesse mais do que uma simples viagem em jogo. É como se toda a vida na cidade também estivesse, em parte, ali representada.

Existem os pedintes que disputam a caridade dos passageiros, as pessoas que marcam encontros e também aquelas que deixam para realizar compras como se estivessem em lojas porque confiam no vendedor ou porque é mais barato. Os camelôs disputam a preferência dos clientes, alguns inclusive são velhos conhecidos dos passageiros. O espaço, por sua vez, é disputado entre personalidades como o pastor que deseja fazer um culto no vagão e os passageiros que querem comemorar sua festa de aniversário. Em todos estes casos observamos como a vida social na cidade pode ser replicada nas viagens.

Para entender melhor o ambiente dos trens, é preciso definir bem o conceito de “comunidade”. Compreendemos esta palavra da mesma forma que Bauman (2003), ou seja, com um significado essencialmente bom. Ainda que uma pessoa ande com más companhias, a comunidade permanece na memória afetiva como algo positivo, que transmite segurança. Dentro de uma comunidade também acontecem brigas e discussões, entretanto, ainda assim é uma disputa entre semelhantes.

As pessoas que vivem na comunidade se ajudam e se perdoam constantemente. É ao mesmo tempo um dever e um prazer dos integrantes a prática da ajuda mútua. Em suma, segundo Bauman (2003), a comunidade, exatamente como foi descrita aqui, não é uma grandeza presente no cotidiano. Para que existisse plenamente, seria necessário o abandono total da liberdade individual.

Portanto, as pessoas vivem na dualidade entre ter segurança ou ter liberdade. Essas duas grandezas são complementares e, contraditoriamente, incompatíveis. A sensação de aconchego proporcionada pelo viver em comunidade é quase utópica, uma vez que a sociedade moderna prioriza cada vez mais a individualidade e a liberdade do ser.

Ainda de acordo com os parâmetros de Bauman (2003), a comunidade possui alguns atributos peculiares: uma distinção entre os membros pertencentes ao grupo e pessoas de fora; uma pequenez necessária para que todos os membros se conheçam (ainda que de vista); uma autossuficiência para que não seja preciso o contato com as pessoas de fora e uma distância que dificulte o acesso (uma das principais defesas da comunidade é o isolamento).

Ao submeter a realidade das viagens de trem a todos os atributos da comunidade ideal, constatamos que não seria possível considerar esse ambiente como uma comunidade plena. No entanto, a observação participativa mostrou que é possível encontrar várias características descritas acima, sobretudo a mais importante: sensação

de conforto e segurança oriunda da convivência com o grupo. Camila Dutra, 27 anos, moradora de Nova Iguaçu, conta que nunca soube o nome o nome das pessoas que viajavam no trem com ela, mas afirma que era bom viajar com esses “conhecidos do trem”:

Eu pegava sempre o primeiro vagão, o vagão "dos crentes". Era meio barulhento, mas eu pegava mesmo assim, porque queria desembarcar logo na saída da estação Central do Brasil. Aí eu acabei criando um vínculo com essas pessoas. Às vezes eles faziam festinhas, mas eu só conhecia de vista. E por mais que eu só falasse bom dia ou só desse um sorriso, às vezes era bom contar com esses conhecidos porque eles seguravam a minha bolsa ou me ofereciam “comidinhas”. Nunca roubaram a minha bolsa, eu sempre confiei nessas pessoas. Também era engraçado quando duas amigas conversavam e por um acaso eu estava no meio delas, porque aí as pessoas acabam perguntando o que eu acho, qual é a minha opinião. Teve até uma vez em que eu estava mais séria, mais quieta e a moça que segurava a minha bolsa perguntou se estava tudo bem comigo. É legal quando as pessoas percebem isso, que você não está bem.

Maffesoli (1998) descreve como a antiga noção de comunidade se adaptou e hoje é possível contemplar novas formas de organizações comunitárias. O tribalismo é mais adequado para a convivência que apresentamos nesta pesquisa, pois instiga novas formas de solidariedade e de generosidade. Há uma intensificação da camaradagem ou da amizade, uma vez que são as pessoas que constroem as territorialidades nas quais estão inseridas, sejam reais ou simbólicas, como o bairro ou um conjunto de usuários de trem.

Ainda segundo o autor, a noção de individualismo é adequada à modernidade, entretanto, o momento em que nos encontramos evoca algo além disso. Podemos notar uma “fragmentação da fortaleza individual” e, assim, as práticas sociais de um indivíduo são definidas pela tribo a qual ele pertence. E é no ambiente social das tribos e da pós-modernidade que o homem se sente mais participativo.

Ele não procura mais o mundo das representações, pelo contrário, a experiência se apresenta como uma forma mais adequada de se compreender o mundo. Desta forma, uma pessoa só pode se expressar, entender e se fazer entendida em detrimento de um conjunto mais amplo, em que tudo e todos são unificados.

Maffesoli (2014) indica ainda que estamos vivenciando um momento de se voltar para dentro, para o cotidiano e as coisas que antes eram vistas como banais. O homem atual já se acostumou com a ideia de sempre ter uma profusão de coisas em vez da antiga noção de dualidade. Há uma filosofia desenvolvida pelo autor chamada

“Ecosofia”, que se concentra em teorizar sobre a vida cotidiana, as roupas e a moradia. Essa nova forma de teorizar devolve a importância devida ao afeto.

É através do afeto que o pensamento orgânico é capaz de entender o homem e o seu lugar no mundo. E, nessa nova maneira de discutir comunicação e filosofia, a economia e as disputas por dominação são substituídas por discussões que unificam, ressoam e participam da palavra coletiva. Parece haver um retorno ao mundo emocional, como se as sociedades evoluíssem de forma espiral. Por isso, podemos perceber, mesmo em meio à violência do encontro cotidiano dos corpos, o aumento das formas visíveis de solidariedade e generosidade.

Herschmann e Fernandes (2014) convidam-nos a refletir sobre as interações sensíveis entre o corpo e a própria cidade em uma lógica territorial de interdependência, na qual, sem o fator humano, as cidades perderiam sua potência viva e sensorial. Compreendemos, por intermédio dos autores, que entre o espaço e o corpo comunicante há um convite à experimentação mútua, sem a qual ambos estariam incompletos ou inacabados em suas identidades.

As identidades contemporâneas são múltiplas e estão em constante processo de construção e reapropriação de referências. Nas viagens de trem são compartilhadas informações, tristezas, alegrias e também perpetuados hábitos sociais, como detalhamos abaixo. Essas características evocam aspectos típicos de uma comunidade contemporânea. Mas a que lidamos nesta pesquisa possui a exclusividade de ter o movimento como razão primeira de sua existência.

Desta forma, sugerimos que a cidade apresentada diante dos moradores e dos visitantes seja plural e multifacetada, além de composta por espaços públicos que permitam a socialização e o intercâmbio cultural entre os cidadãos. Sem esses espaços, a troca comunicacional e o encontro inesperado com o outro não seria possível ou se tornaria consideravelmente mais raro. Consideramos que o ambiente do trem é, assim como a cidade descrita por Fernandes, um “espaço relacional vivo, dinâmico, construído por interações socioculturais-ambientais que em movimento enunciam diversos modos de usos e práticas sociais” (FERNANDES *et al*, 2012, p.74).

Concordamos com Freitas (1995) que as cidades contemporâneas, em especial as grandes metrópoles são sempre plurais e confusas. Tentar desvendar e compreender as ações comunicacionais que ocorrem em seu interior significa pensar a velocidade das mudanças sociais em várias acelerações diferentes e simultâneas. O espaço urbano ao

qual nos referimos é contraditório e se expressa por intermédio de uma explosão de códigos.

Portanto, propomos uma análise das formas comunicacionais presentes nos trens urbanos, considerando este ambiente como mais uma parte da região metropolitana. Uma parte que se move rapidamente, encurtando distâncias e alterando a percepção do tempo. Uma parte viva que se constrói e reconstrói todos os dias a partir de interferências sociais e coletivas de solidariedade e violência.

3.2 Cultura de solidariedade

Para quem mora ou transita pela Baixada Fluminense é notório que a temática “andar de trem” tem sido o assunto principal de diversas conversas. Aparentemente, não há um cidadão que não tenha uma história triste ou engraçada que presenciou ou ouviu falar de um conhecido para compartilhar nas rodas de conversas. Todo mundo tem uma opinião para emitir sobre o perfil do usuário de trem, da empresa e das viagens. Parte dessa opinião, conforme relatado no capítulo anterior, é formada pelas notícias de jornal, pelos compartilhamentos nas redes sociais e através das trocas dialógicas entre conhecidos. E, não poderíamos deixar de mencionar, a opinião também se forma a partir das experiências de um ou de alguns indivíduos, extensamente propagadas.

Como observamos no segundo capítulo, os usuários de trem, quando estão insatisfeitos com o serviço prestado pela operadora, costumam postar seus comentários publicamente nas redes sociais. Ainda neste capítulo, vimos como a mídia tende a publicar somente as notícias de violência e tragédia nos trens. O estudante Nathanael Salvador, morador de São João de Meriti, nos relata que apesar de nunca usar o trem, considera o modal “nem um pouco seguro”. Quando questionado como ele construiu a sua opinião, Nathanael diz que tem amigos que já foram assaltados no trem e que também considera um meio de transporte “muito mal frequentado”.

A opinião, para Tarde (2005), evolui para o conceito de opinião pública, que é essencialmente partilhada. Assim, a base da questão da formação das opiniões deixa de ser individual e torna-se uma construção coletiva. E para tal, a comunicação possui um papel fundamental, pois somente através dela é possível acelerar a circulação das opiniões e diminuir as fronteiras sociais.

Apesar das redes sociais virtuais estarem repletas de reclamações e as matérias jornalísticas apresentarem apenas o lado negativo desse meio de transporte, ainda existem pessoas que gostam de andar de trem. Talvez, exatamente por isso, ao longo da

pesquisa etnográfica foi possível presenciar vários episódios de comunhão e solidariedade presentes em quase todas as viagens.

Em uma ocasião, um camelô que vendia alimentos parou para divulgar o produto de outro vendedor que comercializava meias. Esse não é um acontecimento corriqueiro, mas o vendedor de meias era deficiente e possuía dificuldades na fala e na locomoção. Como o outro se compadeceu de sua situação, resolveu ajudar um pouco, na árdua tarefa de ser deficiente e percorrer os trens do Rio de Janeiro vendendo meias. Nessa e em várias outras ocasiões, a pessoa que decide ajudar provavelmente não recebeu nada em troca.

Sempre é possível também presenciar passageiros segurando as portas, no exato momento em que ameaçam fechar, para que um estranho possa embarcar. Algumas vezes, as portas já estão quase totalmente fechadas, mas se alguém vier correndo, sempre tem outra pessoa para tentar abri-las à força, na expectativa de ajudar o outro a embarcar. Em alguns casos, torna-se uma tarefa difícil e vários homens se juntam para segurar as portas por apenas alguns segundos, enquanto o passageiro que está do lado de fora entra correndo.

Forçar a abertura das portas é ilegal, conforme mencionado nos avisos sonoros do trem³³, entretanto as relações de companheirismo e solidariedade assimiladas no decorrer do cotidiano são compartilhadas por prazer, enquanto as leis são impostas e devem ser cumpridas como uma obrigação. Castro (2014) questiona a criminalidade do ato de impedir o fechamento das portas, alegando que a lei em questão não pode ser aplicada no ato de segurá-las.

Desta forma, há uma tentativa da empresa de fazer o usuário acreditar que um mau hábito é crime. No entanto, mesmo com os alertas de crime, as pessoas continuam a segurar as portas, pois aparentemente, ainda que seguir as leis instituídas seja um fator crucial para pertencer a uma determinada comunidade (BAUMAN, 2003), a pesquisa demonstrou que a comunidade do trem possui as suas próprias regras, que nem sempre são as mesmas da empresa.

Taylor (1997) tece um conceito de moralidade indissociável das questões do outro, do respeito à vida e da integridade. Segundo o autor, há uma necessidade de se tornar a vida digna de ser vivida e de se evitar o sofrimento dos indivíduos, mesmo que

³³ Art. 260 do código penal - Impedir ou perturbar serviço de estrada de Ferro: I – Destruindo, danificando ou desarranjando, total ou parcialmente, linha férrea, material rodante de tração, obra de arte ou instalação.

seja de estranhos. Nas sociedades modernas evoluídas existe uma espécie de obrigação inconsciente em contribuir positivamente para a proteção da vida alheia. Há também um conjunto de noções relacionado à dignidade e à importância da vida cotidiana.

Uma das questões fundamentais para o indivíduo contemporâneo é a busca de sentido na vida. A difusão de conceitos modernos de que as pessoas são capazes de gerir a vida e os seus corpos sozinhas aumentou, em igual escala, a sensação coletiva de vazio interior, falta de propósito e perda de autoestima (TAYLOR, 1997). A supervalorização das questões individuais acarretou na fratura das identidades sólidas.

A “crise de identidade” da pós-modernidade é consequência direta do enfraquecimento de questões como o espírito de nacionalidade, que é uma fonte poderosa de significação para o sujeito (HALL, 2006). A nação é uma comunidade simbólica que gera um sentimento de identidade e pertencimento. Sem isso, o sujeito pós-moderno procura a antiga sensação de segurança a partir de outras fontes, como a identificação de um grupo local que lhe traga familiaridade. Assim, as novas identidades são fragmentadas e as culturas tornam-se híbridas, coletando parte de sua composição no global e outra no regional.

E em meio a essa coletânea de referências identitárias, as tecnologias da informação, da comunicação e os meios de transportes se mostram perfeitamente capazes de conectar cidades e regiões de tal forma que novas tribos são criadas nesse percurso, transcendendo a antiga estrutura do Estado-nação (FREITAS, 1997). Assim, o contato com o outro cria, inevitavelmente, pequenos grupos nos quais as pessoas se reconhecem como indivíduos e encontram um significado para suas vidas em meio à confusão da cidade.

Apesar de parecer uma afirmação contraditória, Taylor (1997) nos mostra como a individualidade do homem se recria a partir do contato com o outro. E como as questões de solidariedade e convivência com um grupo podem se mostrar cruciais para resolução do problema das crises das personalidades modernas mencionado anteriormente. Desse modo, os seres humanos modernos necessitam de uma individualidade que lhes defina tanto quanto precisam de semelhantes para ajudá-los a compreenderem a si mesmos e o mundo que os cercam. “Logo, só posso aprender o que são a raiva, a ansiedade, a aspiração à plenitude etc. por meio da experiência, minha e dos outros, deles como objetos para nós em algum espaço comum” (TAYLOR, 1997, p.54).

O trem ocupa o papel de um espaço comum onde se pode contar com a presença constante do outro e da sua solidariedade e lidar com as tensões que emergem ao mesmo tempo. A pequena sociedade que existe no espaço descrito é uma celebração móvel e temporária. O espaço dos vagões está sempre em constante transformação. O vagão feminino, por exemplo, só funciona nos dias úteis, das 6h às 9h e das 17h às 20h. Excluindo esses momentos, é um vagão como qualquer outro.

Dentro dos vagões do trem, cada um procura a sua própria tribo. Pela manhã e ao final da tarde, no ramal Japeri, observamos que o último vagão destina-se ao carteadado. Geralmente em pé, e de vez em quando sentados, homens e mulheres se reúnem em um formato de roda ou meia lua para jogarem rápidas partidas de cartas. Quando alguém está ganhando, ouvem-se sons mais acalorados. Aos observadores de primeira viagem pode até soar como uma discussão, mas as manifestações sonoras são um hábito típico dos jogadores.

Em uma das viagens desta pesquisa, conheci Ana, moradora de Nova Iguaçu, mãe de família, com idade aparente de 37 anos. Ana disse que jogar cartas ajudava a passar o tempo da viagem. Ela contou que conheceu os parceiros do carteadado no trem mesmo e que, naquele dia, só não estava jogando porque não tinha visto ninguém do seu grupo na plataforma. Passados menos de cinco minutos de conversa, ela começou a interagir com um rapaz do lado de fora do trem: “Ah, não. Agora que eu sentei, não vou mudar de trem só para jogar cartas!”.

Ana continuou a conversa, comprou uma pipoca de um vendedor de trem, com pedaços de bacon e embalada em um saco transparente, e me ofereceu. Ela contou que não vai mudar de trem para jogar com as outras pessoas porque o próximo demoraria muito e ainda teria que preparar o jantar da família quando chegasse a sua casa. O trem de Ana saiu da Central do Brasil às 18h e ela provavelmente chegaria ao seu destino final apenas às 20h. Segundo ela, além de não morar no centro de Nova Iguaçu, ainda teria que passar pelo mercado para comprar carne. Ana costuma percorrer 50 km de casa ao trabalho, de segunda a sexta-feira em horário comercial e aos sábados trabalha meio período. Ela passa várias horas de sua semana no trem e o jogo de cartas anima sua jornada.

O primeiro ou segundo vagão das composições costumava ser o do culto. Lins (2010) afirma que essas manifestações religiosas eram mais comuns nos trens que partiam da Baixada Fluminense, visto que há uma grande concentração de adeptos de religiões protestantes nessa região, bem mais do que em qualquer outro lugar do Rio de

Janeiro. Quase todos os passageiros usuais já sabiam dessa norma não escrita. Os que gostavam de assistir o procuravam, e os que não gostavam se dirigiam para outro. Contudo, sempre havia os desavisados, que conseguiam disputar e ganhar um lugar sentado, para só então descobrir que teriam de ouvir hinos e pregações durante toda a viagem. Por isso, nem todas as pessoas pactuavam da ideia de que o trem poderia abarcar também um templo religioso, em sua gama de territorialidades temporárias.

Assim, a questão tornou-se objeto de decisão judicial e desde 2013 foi oficialmente proibida a realização de cultos religiosos nos trens da Supervia. A empresa divulgou a notícia massivamente, por ordem judicial, por meio de avisos sonoros e impressos nas bilheterias, plataformas e no interior dos trens. Segundo a concessionária, foram realizadas reuniões com representantes de várias religiões em 2009, que se comprometeram a cumprir a determinação³⁴.

Na época, a decisão judicial foi questionada por religiosos³⁵, alegando que os cultos já existiam há quarenta anos nos trens e que outras manifestações a ocupar o espaço público não foram proibidas. Sublinhamos aqui a reivindicação do direito ao uso do trem como um espaço público – um espaço que pertence a todos e é livre para comunicação, manifestações artísticas e expressão de opiniões. Os trens, nesse argumento, são comparados às ruas da cidade. E a cultura do trem é, nesse aspecto, semelhante à “cultura de rua”, que é construída a partir de sociabilidades locais e de existências cotidianas.

A reivindicação do espaço público pelos moradores locais transforma os espaços. As áreas que não são habitualmente frequentadas tornam-se regiões abandonadas e perigosas. No entanto, quando as pessoas decidem fazer uso de áreas públicas da cidade, estas se tornam mais atrativas e seguras. Herschmann e Fernandes (2014) descrevem como algumas apresentações musicais conseguiram, ainda que temporariamente, ressignificar áreas da cidade. “(...) há uma transformação profunda do espaço, pode-se atestar que a experiência corporal do medo vai cedendo gradativamente espaço para outras sensações estéticas sedutoras e poderosas” (HERSCHMANN & FERNANDES, 2014, p. 47).

Os moradores do subúrbio frequentemente reivindicam as ruas como locais de realização de festas de aniversário, atos religiosos, festas de fim de ano entre vizinhos e

³⁴ <http://oglobo.globo.com/rio/justica-proibe-realizacao-de-cultos-religiosos-nos-trens-da-supervia-8598561> acessado em 12/10/2016 às 12h17.

³⁵ <http://oglobo.globo.com/rio/representantes-de-igrejas-criticam-fim-dos-cultos-nos-trens-da-supervia-8606126> acessado em 12/10/2016 às 12h31.

outras celebrações de pequenos grupos, de forma que os integrantes das comemorações tornaram-se coautores de narrativas urbanas. “Desde a formação das primeiras cidades, os espaços abertos, como a praça pública, foram se construindo em lugares por excelência do ajuntamento humano e das trocas materiais e simbólicas” (NETO, 2012, p. 190).

E no espaço dos trens não poderia ser diferente. Os vagões, como parte viva da cidade sensível e efêmera, também abrigam suas celebrações. Ao longo das pesquisas, coletamos diversos relatos de festas de aniversário, amigos ocultos e afins que ocorrem nos trens. Nayara Gonçalves, 29 anos, moradora de Mesquita, relata-nos como alguns passageiros também utilizam o trem como espaço para festas e os vagões como ponto de encontro.

Não era sempre que aconteciam aniversários, mas às vezes as pessoas que já se conheciam e até moram juntas levavam um bolo pequenininho no trem e de repente começavam a cantar parabéns e riam. E às vezes até tinham balões e essas coisas de festa. Eu não sei se as pessoas moravam em locais diferentes ou já se conheciam, porque tem gente também que marca em um vagão para poder se encontrar e viajar juntas.

É interessante observar essas territorialidades “mais ou menos temporárias”³⁶ (como um vagão que em certos horários pode ser desconfortável e hostil) são reapropriadas para abrigar festas de aniversário na companhia de amigos e parentes, e assim se mostrar como um ambiente acolhedor ou uma extensão do próprio lar.

Outros entrevistados também afirmaram que, apesar dessas manifestações de amizade ser um pouco barulhentas, em todos os casos, a sensação de conforto e segurança propiciada pela presença desses “conhecidos de rosto” é positiva. Renan Mendes, 28 anos, morador de Nova Iguaçu, descreve suas experiências com estranhos no trem:

Há sete anos eu pego trem todo dia, sempre no mesmo horário. Nesse tempo, inevitavelmente, eu acabo sabendo quem são, ou pelo menos a fisionomia de algumas pessoas que também pegam no mesmo horário que eu. Nunca cheguei a falar com ninguém, mas com certeza eu os conheço. Eu até já reconheci outros funcionários de outras agências do banco que eu trabalho. Alguns eu acabei reconhecendo em outras ocasiões e outros eu nunca falei, simplesmente reconheço. Às vezes, a gente descobre pela roupa ou um papo, que você inevitavelmente acaba ouvindo. Então eu reconheço no trem pessoas, mas eu não (as) conheço de fato. Eu não percebo mais tanta interação entre as pessoas no trem como era antes. Muita gente se fecha no livro ou no celular e acaba não

³⁶ Herschmann e Fernandes, 2012.

conversando muito. Mas saber que a aquela pessoa pega o mesmo trem que eu já me ajudou várias vezes. Quando eu estou distraído e o trem chega, é sempre bom perguntar o destino dele, porque a Supervia às vezes “apronta” e bota um Japeri no lugar de um Santa Cruz e vice-versa. E eu não consigo ler a plaquinha na frente do trem. Aí, quando eu vejo aquelas pessoas de sempre, eu fico tranquilo e sigo em frente.

A forma como as pessoas se apropriam do ambiente o torna um espaço único. Certeau (1994) defende que o espaço é um lugar praticado. Essa definição serve perfeitamente para o trem, quando é utilizado taticamente por seus passageiros. Como alguns trens saem com hora marcada, as pessoas combinam de se encontrar em determinado vagão. “Essas territorialidades colocam em primeiro plano a ritualização da vida cotidiana subvertendo a ordem técnico-geográfica dos planejamentos urbanos da cidade (...)” (FERNANDES *et al*, p.92, 2012).

O ambiente cotidiano é exatamente onde se desenrola a vida dos indivíduos. O indivíduo, por sua vez, é sempre particular e genérico (ou social) ao mesmo tempo. O que significa dizer que o homem estará sempre dividido entre as questões de ordem pessoal e as de ordem social. Nesta segunda esfera, encontra-se a possibilidade de pertencer a uma sociedade, que não é um fato obrigatório, mas ajuda o indivíduo a formar a sua própria identidade e encontrar o seu lugar no mundo.

Nem todo agrupamento humano é uma comunidade. Na maioria das vezes, os indivíduos pertencem ao mesmo grupo por uma questão de casualidade, como alunos que estão na mesma classe ou passageiros no mesmo trem. Contudo, quando o indivíduo decide adotar os mesmos valores morais e quando ele se sente verdadeiramente parte de um todo, esse grupo pode chegar ao patamar de uma comunidade (HELLER, 1992).

A classe social, por exemplo, não necessariamente é uma comunidade. Ainda que os interesses comuns sejam os mesmos ou que algumas questões culturais sejam idênticas a todos os membros de uma classe social, um indivíduo só pertence a uma comunidade quando ele, como membro da classe, decide de forma consciente nesse aspecto (HELLER, 1992).

Participar de uma comunidade não é algo imposto no momento do nascimento, pelo contrário, quando as pessoas não se sentem parte do grupo com o qual convivem, a comunidade perde sua função máxima de proteção e o indivíduo não consegue mais sentir o conforto decorrente da sensação de pertencimento.

Defendemos que existe uma noção de comunidade no interior dos vagões do trem. Não uma comunidade perfeita em que todos se conhecem, mas há algo semelhante, pois vários rostos são facilmente reconhecíveis. São feitas associações como “o rapaz de terno que desce em Madureira” ou “o grupo de moças que trabalham no mesmo escritório”, ouvidas diversas vezes nas viagens da pesquisa. São comunidades temporárias que existem apenas em um horário do dia e transformam o ambiente em que estão inseridas.

O ambiente, livre das pressões de horários da jornada de trabalho e longe do estresse das obrigações da semana, transforma-se em outro espaço. Em algumas estações que possuem árvores no entorno como Japeri, Austim, Juscelino, Edson Passos e Ricardo Albuquerque, é possível apreciar pardais e outras aves pequenas em busca de grãos e farelos circulando pelas plataformas e dentro de trens que se encontram estacionados nas linhas de apoio. Quase todas as estações ainda conservam o modelo de bancos de madeira com lugar para quatro ou cinco pessoas sentarem-se juntas e aguardar os trens. As caixas de som das estações, nos finais de semana também colaboram para o ambiente bucólico e tocam mais músicas e menos avisos.

Os vagões, que de segunda a sexta costumam transportar majoritariamente adultos, nos finais de semana se enchem de crianças acompanhadas de seus pais e vendedores de algodão-doce. O trem se converte na melhor opção para visitar os parentes que se encontram espalhados pela cidade. Hélio Renato, 45 anos, morador do bairro de Brás de Pina afirma que “As estações no final de semana são bem tranquilas, mas o trem em si é muito barulhento.” Eu pergunto se a máquina é barulhenta e, em resposta, escuto “Não, nem tanto. Antigamente os trens eram muito velhos e barulhentos, mas agora, que tem mais trem novo, são os vendedores que me incomodam. O trem tem muito vendedor e eles gritam. Eu não consigo descansar nem falar ao telefone”.

A afirmação do passageiro reflete a realidade da desregulamentação dos vendedores ambulantes que transitam pela Supervia. Como não há dias e horários específicos, os camelôs seguem suas próprias regras. Nos horários de pico, por exemplo, quando os trens estão lotados, não são muitos os vendedores que se arriscam na multidão, contudo nos finais de semana o trem é povoado pelo som alto das vozes dos vendedores, o que incomoda muitos passageiros.

3.3 Cultura de manifestações e violência

A Central do Brasil é um ambiente plural em pessoas e mensagens. Ao longo dos anos de 2015 e 2016, foram presenciadas, diversas vezes, o embarque e desembarque dos passageiros nessa estação, sendo possível reparar que a movimentação é sempre muito semelhante, independente das pessoas que estão presentes. Para maior exemplificação dessa realidade, serão descritas a seguir as anotações referentes ao dia 30 de novembro de 2015, que servem para ilustrar um episódio rotineiro de embarque no trem.

Às 18h, horário de pico vespertino, encontram-se perfis de quase todos os tipos nas plataformas da Central do Brasil: brancos, negros, mulheres de salto, outras de chinelo, vendedores de cerveja e tantas outras personalidades cotidianas. Como a maioria dos passageiros é composta de trabalhadores voltando para casa, há poucas crianças. Os mais idosos, as grávidas e demais prioridades embarcam primeiro, por isso posicionam-se na plataforma 9I (desembarque de passageiros e embarque de prioridades).

Todos assumem suas posições e quando o trem se aproxima, por não haver marcação da localização exata das portas no chão, os passageiros se distribuem ao longo da linha amarela, cada qual na expectativa de permanecer na frente de uma das portas da composição que chega à plataforma. Quando o trem reduz a velocidade, várias pessoas seguram-se nas portas e acompanham o veículo, empurrando quem estiver pelo caminho. Um vendedor, ao ver a corriqueira cena, grita em tom de brincadeira: “Segura o trem, segura o trem, não deixa ele andar”.

No momento em que o trem para, muitas pessoas apoiam-se nas portas e aguardam alguns segundos até que se abram. Durante o embarque, ouvem-se passos apressados e apitos dos seguranças. Há muitos empurrões e correria. Um homem tenta, sem sucesso, entrar pela pequena janela do trem. Seis minutos depois, outro trem posiciona-se de frente para o primeiro e todo o movimento se repete com outras pessoas.



Fig.1 Passageiros seguram as portas e aguardam o momento do embarque.



Fig.2 Passageiros correm e empurram no momento em que as portas se abrem.

Elizabeth, 42, que viaja todo dia até Japeri, contou que já se machucou gravemente no momento do embarque. Ela prendeu a mão na porta e foi preciso o auxílio de um segurança para removê-la. Como resultado do acidente, houve fraturas nos ossos da mão e foi necessário o auxílio de fisioterapia. Elizabeth não culpou a companhia pelo ocorrido, mas lamentou a ausência de socorro adequado: “Não tem socorrista nem técnico. É o guardinha da Supervia que ajuda a gente. (...) Quando fui levada para colocar gelo na mão, fiquei sabendo que, só naquele mês, 512 pessoas ‘fecharam’ a mão na porta”.

Ela afirmou que não entra mais na disputa de lugares e deixou seu relato sobre como é o momento do embarque: “Muito empurra-empurra. Eu já caí, já vi gente caindo,

quem disser que nunca caiu está mentindo. (...) Eu já empurrei, já fui empurrada, na hora de entrar é assim mesmo”. Ela sugeriu, para resolução do problema, menores intervalos entre os trens.

Caiafa (2013) afirma que o empurra-empurra na linha 2 do metrô é um estilo de viajar e uma escolha que se faz. Desta forma, podemos transpor também para realidade das viagens de trens, que apesar da superlotação constante em que se encontra tanto o trem quanto a linha 2 do metrô, Caiafa (2013) afirma que o hábito de empurrar não se explica totalmente apenas pelas condições físicas. É um reflexo de uma cultura local e ao mesmo tempo é contagiante. A autora afirma que “(...) a ideia de correr parece contagiante. Um corre talvez porque vê o outro correr, mesmo que não saiba por quê”(CAIAFA, 2013,256).

Há uma questão cultural na forma como as pessoas lidam como espaço e com o próximo. Caiafa(2013), em seus estudos sobre o metrô, afirma que os passageiros percebiam diferenças de atitudes entre os usuários das linhas 1 e 2 do metrô. E as entrevistas também retratam como um mesmo indivíduo pode agir de formas distintas quando está no trem e quando está no metrô ou quando está na linha 1 e na linha 2. O ato de empurrar, por exemplo, é relatado como rotineiro apenas na linha 2. Alguns hábitos como jogar lixo no chão parecem comuns apenas na linha 2 e no trem. Vemos, nestes exemplos, como as pessoas são capazes de moldar o espaço e também como o espaço pode interferir e influenciar, ao menos em parte, no comportamento das pessoas.

Percebe-se, com a observação, e por meio dos relatos obtidos, que há uma frequência nos abruptos movimentos de embarque. Sodré (1992, p.20) menciona como a violência pode ser ritualizada “quando se define violência como todo tipo de ação que resulte em dano sério para vida ou suas condições materiais, mesmo que esteja levando em consideração o aspecto indireto do fenômeno, não se estão incluindo os aspectos organizativos (ou ritualísticos) que a violência pode assumir em determinados contextos”.

Conforme explica Sodré (1992), há uma violência diferente de um roubo, assalto ou algo inesperado. A violência que os passageiros sofrem e infringem quando entram no trem já foi institucionalizada. Os passageiros que não desejam compactuar devem aguardar na plataforma. Contudo, o que move alguém a participar do ritual, mesmo sabendo dos riscos, é a vontade de voltar para casa sentado.

Os passageiros do trem, normalmente, percorrem longas distâncias. A rota completa do ramal pesquisado dura em torno de 1h20 e são poucos os que descem na primeira

metade da viagem. Assim, a violência está associada à disputa e conquista de um lugar mais confortável. Quem não entrar na guerra, terá que voltar em pé e apertado para casa. O ritual de empurrões não está presente em todos os horários. Fora do pico, os atos descritos anteriormente simplesmente não existem.

Consideramos que o desejo de sentar está inserido em um contexto maior. A realidade do embarque na plataforma 8, envolve mais do que simplesmente correr para sentar, há uma disputa de quem vai poder dormir e quem terá que voltar acordado. O contexto do desejo envolve todo o decorrer do dia de trabalho do passageiro e as suas expectativas em relação ao cenário do trem: viajar em meio à multidão ou sentado com um espaço delimitado.

Augé (2008) afirma que há uma intimidade corporal no ritmo que se desce as escadas, na precisão do gesto que introduz o tiquete na frente do portão de acesso e ao correr para pegar uma composição. Desta forma, o autor nos remete ao conceito de intimidade corporal, que está presente sempre que o corpo realiza automaticamente alguns movimentos, principalmente dentro dos meios de transporte. O mesmo ocorre com os passageiros que agredem e derrubam os outros no trem. Os movimentos foram repetidos tantas vezes que se tornaram parte do cotidiano das viagens.

Contudo, é notório que as mesmas pessoas, quando fazem uma baldeação e seguem para o metrô ou ônibus, não se comportam de forma igual. A ritualização ou intimidade só ocorre no ambiente dos trens. O que é permitido em um espaço é socialmente inaceitável em outro.

Para Negri e Hardt (2005), os hábitos e a conduta diferem das funções fisiológicas exatamente por pertencerem ao campo do social compartilhado. São produzidos, reproduzidos e perpetuados também como uma forma original de comunicação. Os hábitos, que constituem a nossa natureza social, manifestam-se com base na conduta social, no viver em comunidade e na comunicação.

Contudo, apesar de entendermos que certas ações de violência cotidiana são socialmente aceitáveis, compreendemos que uma maior oferta de trens nos horários de pico e a implementação de portas de plataforma, a exemplo do metrô de São Paulo, reduziriam a incidência de acidentes no embarque. Como mostra Caiafa (2015, p.86): “A instalação de portas de plataforma é comum nas linhas automáticas e visa solucionar o problema de segurança colocado pela ausência do piloto humano. Essas portas automáticas, que se movimentam em sincronia com as do trem, formam uma fachada na plataforma e fecham a via, impedindo assim a queda de objetos e pessoas”.

O acúmulo de pessoas nesses espaços instiga a uma abordagem sobre a temática das multidões. Le Bon (2003) é um dos autores que mais se interessou pelas multidões em movimento. Ele estudou o comportamento das massas nas ruas de Paris e baseava suas observações na visão de que os indivíduos, quando agrupados na cidade, tornam-se um corpo coletivo, constantemente alerta, raivoso e ativo, independente do comportamento individual.

De acordo com o autor, quando alguém está só, é fácil ser educado e manter a disciplina, no entanto, quando o ser humano age coletivamente, ou como nas palavras do próprio autor, “em bando”, qualquer um pode converter-se em um bárbaro e agir por instinto. Esse comportamento pode ser agravado quando há movimento e as pessoas encontram-se densamente ajuntadas. As tendências naturais de sobrevivência e de agir com violência são mais facilmente controladas quando o indivíduo não está em uma situação de estresse promovida pelas aglomerações humanas.

As condições nas quais os passageiros se encontram nas plataformas e nos trens, na hora de pico, configuram um exemplo vivo de multidão sob pressão. Qualquer pequeno atraso entre as composições ocasiona imediatamente um acúmulo de passageiros na plataforma, que se apertam para entrar no próximo trem.

Correria, arranhões, empurrões e cotoveladas compõem o quadro de violência diária presente nos trens. Normalmente, as pessoas não são agressivas em qualquer situação da viagem. É notório que essa atitude tão distinta do cotidiano de um cidadão urbano seja observável quase que exclusivamente no momento de embarque, quando há assentos disponíveis. O mesmo comportamento não é registrado quando os indivíduos estão sozinhos. Como Goffman observa:

A maneira pela qual o indivíduo apresenta, em situações comuns de trabalho, a si mesmo e as suas atividades às outras pessoas, os meios pelos quais dirige e regula a impressão que formam a seu respeito e as coisas que pode ou não fazer, enquanto realiza seu desempenho diante delas... O papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda, esses outros também constituem a plateia (GOFFMAN, 1975, p.7).

Conforme Goffman sugere, os indivíduos agem de forma distinta quando sozinhos ou quando em grupo, e neste caso observamos que os passageiros não são agressivos quando não estão densamente unidos. Os atrasos de trens nos horários mais vazios, entre 10h e 16h, não causam revoltas ou comoção popular. Nesses horários, a entrada nos vagões é feita de forma calma, como seria para entrar em um prédio ou

caminhar na calçada em um ritmo moderado. O que nos leva a confirmar a ideia de Goffman, ou seja, um indivíduo, geralmente, não assume o papel de agressor sozinho. Somente diante da presença de outros passageiros potencialmente agressivos que um cidadão comum assume os riscos de um combate físico pelo assento ou o papel social de um justiceiro.

Concordamos com Martins (1996) que esse comportamento da multidão não é um movimento político. O autor critica a visão romântica de que essas lutas urbanas teriam como motivação as injustiças sociais e por isso as classes mais pobres entrariam em uma batalha consciente por seus direitos. Ao contrário dessa ideia, a violência urbana descrita aqui se assemelha mais a uma questão de autodefesa.

A multidão que agride é fugaz, transitória e ao mesmo tempo carrega um sentimento de identificação e companheirismo. Há certo grau de identificação com os desconhecidos presentes, com alguns que são conhecidos de vista porque pegam o mesmo trem ou outros que descem na mesma estação. E essa sensação de pertencimento, de estar em um bloco único, ajuda o passageiro a pensar que todos os presentes sofrem de mazelas similares às suas.

A injustiça cotidiana não justifica a violência contra os trens ou os passageiros, contudo, colabora com uma sensação latente de se estar à margem. É uma realidade descrita por Martins (1996) como uma relação de ter direitos e ao mesmo tempo não ter, de ser membro e também não ser. A extensa maioria dos passageiros que embarcam na Central, na hora do *rush*, está voltando do trabalho ou dos estudos. São, portanto, cidadãos ativos que também movimentam a economia do Rio de Janeiro. Essas pessoas possuem habitação, renda e família. No entanto, não podem usufruir plenamente de seus direitos: a moradia é distante, o tempo de lazer e descanso é reduzido e a renda familiar obtida não lhes permite morar na cidade em que trabalham.

Muniz (1992) afirma que a região da Baixada Fluminense é o maior bolsão de pobreza urbana do país devido principalmente à deterioração das condições de vida. Ainda segundo Martins (1996), essa sensação constante de viver dentro da lei e longe dos direitos leva a maioria dos protagonistas de agressões como linchamentos e quebra-quebras a acreditarem que participam de um ato moralmente justo.

Virilio (1996) compara a moradia das massas migrantes a um estábulo ou cercado. Da mesma forma que os animais, domesticados para a utilização de sua força de trabalho sem, no entanto, habitar com os homens, os migrantes trabalham na cidade e moram em seus arredores. Exatamente como a realidade dos usuários de trem.

O autor discorre sobre a “guerra do tempo”, movida pelos trabalhadores há décadas. Ele menciona a “Revolução dos três oitos”, de 1948, na qual os trabalhadores conseguiram o direito a oito horas de trabalho para que os outros dois blocos de oito fossem divididos entre o lazer e o sono. É claro que a realidade de quem leva quatro horas para ir e voltar do trabalho não permite tanto tempo de lazer assim.

A falta de tempo é um sintoma da civilização contemporânea. E por isso a velocidade tornou-se a nova unidade de medida de riqueza. Virilio (1996) afirma que o detentor da velocidade é também o detentor do poder. A velocidade também significa esperança de um futuro, enquanto a sua ausência associa-se à desolação de um poder técnico inferior, de uma imobilidade e, conseqüentemente, uma inferioridade.

As disputas territoriais na cidade estão diretamente relacionadas à guerra do tempo. As habitações valorizam-se cada vez mais de acordo com a quantidade de minutos que se pode chegar caminhando até uma estação de metrô. Os anúncios de vendas de imóveis possuem como maior chamariz a proximidade de vias expressas. Hoje, o mercado da venda de imóveis lucra mais com as promessas de encurtamento de distâncias do que com piscinas e área de lazer.

Como a maior parte dos empregos da região metropolitana do Rio de Janeiro está localizada na região central e na zona Sul, as habitações mais caras estão situadas o mais próximo possível dessa área. Assim, a mobilidade geográfica, por vezes, é bem mais rígida que a mobilidade social. Se um trabalhador alcança um cargo mais alto – e por consequência um salário melhor – ele pode colocar seus filhos em escolas mais caras ou trocar de carro, entretanto, mudar de endereço exige muito mais capital do que um simples aumento salarial.

Mais do que o conhecimento, a capacidade de se mover rapidamente tornou-se uma vantagem competitiva nos dias atuais. A lógica dualística saber/poder foi substituída pelo poder/mover (VIRILIO, 1996). Na guerra clássica, os veículos mais velozes são tão importantes ou até mais do que as armas. Um tanque de guerra, capaz de avançar sem interrupções por terrenos íngremes, lamacentos e pedregosos, poupa o exército de esforços desnecessários, concedendo uma importante vantagem bélica. Nas lutas urbanas não é muito diferente. Um transporte de qualidade, que permite ao cidadão se locomover rapidamente entre a sua residência e o trabalho é equivalente ao tanque de guerra.

O trem é capaz de promover um estreitamento de distâncias, entretanto os problemas típicos como avarias e superlotação fazem com que os passageiros tenham

que lutar para entrar e conquistar o direito de voltar para casa em menos tempo. Dentre os usuários entrevistados, quase todos afirmaram que, quando não há imprevistos, o trem é a forma mais rápida de chegar à casa. A velocidade e, conseqüentemente, o tempo, são artigos que não se encontram dispostos de maneira igualitária a todos os cidadãos. “Há, na riqueza, uma violência que já foi compreendida; o mesmo não ocorre com a velocidade” (VIRILIO, 1984, p.37).

A injustiça na concepção de agrupamentos humanos da cidade, que aproxima os mais ricos às áreas centrais e renega os mais pobres às áreas distantes, é categorizada por Muniz (1992) como uma forma de violência. De acordo com o autor, a violência social ocorre nos planos político, econômico e psicológico. Além disso, é uma violência típica da experiência de se viver na América Latina e pertencer a uma classe social oprimida. Apesar disso, o autor adverte que também não considera a violência social sofrida pelas classes mais pobres como uma forma de justificativa para a violência física aplicada contra o próximo.

Guillaune (1989) afirma que a circulação da violência pertence ao modelo de difusão por encadeamento. Ou seja, para a disseminação da violência há uma circulação semelhante a uma epidemia ou rumor. É como se a violência fosse contagiante, contudo consideramos que as pessoas possuem visão crítica para distinguir quando querem ou não participar de atos de agressão. Na estação Central do Brasil não embarcam apenas os passageiros agressivos, também é possível observar aqueles que aguardam nos bancos ou em pé para entrarem após a multidão.

Enquanto observava sentada diante dos trens que chegavam, na mesma ocasião do dia 30 de novembro de 2015, ouvi uma mulher me perguntar: “E você, não vai disputar um lugar?”. Eu respondi que não ia naquele trem e ela disse que estava aguardando a plataforma esvaziar um pouco mais para embarcar. Como nós duas, existem várias pessoas que preferem se afastar da multidão. A violência presente nas massas é contagiante, porém não é inevitável.

Sodré (1992) aponta para a ética clássica, estudada por Sócrates e Aristóteles, e então afirma que é posta em crise pela modernidade. O autor declara que há uma estetização generalizada da vida social e, assim, a existência real da ética e da moral é posta em dúvida, esvazia-se.

As cidades modernas, que põem em dúvida a ética e a moral, são definidas por Sodré como agrupamentos desordenados e inseguros:

(...) cidades desordenadas, infernais, com espaços vitais ou territórios humanos restritos, onde as pessoas tendem a comprimir-se psicologicamente sobre si próprias e fisicamente, sobre as outras, em meio à onipresença do conflito entre miséria e riqueza. (...) Esse novo modo de organização do espaço social é estruturalmente gerador de insegurança (SODRÉ, 1992, p.57).

A cidade moderna e insegura mencionada por Muniz (1992), que se esconde por trás de condomínios fechados e segrega parte da população é, segundo Bauman (2005), uma contradição à ideia inicial das primeiras cidades, que possuíam muros para proteger os seus moradores dos perigos externos. Segundo o autor, as cidades foram criadas para unir os seus moradores e afastá-los de guerras e outras formas de violência provenientes de outros povos.

A ideia de insegurança e perigo constante é inerente às sociedades modernas, que substituíram as comunidades solidariamente unidas por seres individuais, que possuem o dever de cuidar de si mesmos. O indivíduo, que outrora convivia em uma comunidade solidária, possuía as suas funções muito bem delimitadas, como o homem provedor, o comerciante do bairro ou a mãe dedicada. Com a modernização das sociedades, veio também a dissolução dos papéis sociais e as pessoas finalmente tornaram-se livres das obrigações e restrições provenientes das redes sociais. (BAUMAN, 2005)

Agora os cidadãos das grandes metrópoles são livres para escolher quais carreiras seguir, com quem se casar e qual religião adotar, sem se preocuparem com a opinião e vigilância constante da vizinhança. Mas na mesma medida em que a vigilância de outros integrantes da comunidade decresce, aumenta a insegurança dos indivíduos. Desprovidos da proteção dos vínculos com os vizinhos e conhecidos do bairro, os habitantes das cidades modernas se mostram frágeis e vulneráveis frente a ataques de estranhos. O medo impera na sociedade e cada morador de rua transforma-se em um potencial criminoso.

Toda a população economicamente inativa, como os desempregados e sem-tetos, parece representar ainda mais perigo ao bem-estar social. Por isso, para muitas pessoas, melhor seria que esses integrantes simplesmente desaparecessem ou, como é mais adequado ao Estado, que fossem empurrados para bem longe dos olhos e da convivência do resto dos cidadãos.

Esses cidadãos, que trabalham e estudam longe de casa, tendem a não se identificar com o local onde moram. Normalmente, acabam utilizando o lugar apenas

como dormitório e à medida que seus interesses vagueiam por outras cidades, eles perdem o prazer pelas questões locais e possuem apenas um desejo: serem deixados em paz para conseguirem se dedicar melhor as suas questões individuais e que lhes sejam garantidos os serviços básicos para o funcionamento da vida cotidiana (BAUMAN, 2005).

Existe ainda outra categoria de indivíduo, aquela que nasce e morre na mesma cidade, que se preocupa com os negócios que abrem e fecham no bairro e que, nos períodos de eleições municipais, milita por um determinado vereador. Para estes cidadãos, a atenção está mais voltada para questões locais e a cidade é, definitivamente, o lugar onde se desdobram as lutas cotidianas.

Enquadramos os usuários de trem, inicialmente, dentro da primeira descrição, devido à distância percorrida e o tempo que passam fora de casa. Contudo, seria uma negligência não levar em consideração a realidade do cotidiano da maioria da Baixada Fluminense. Ainda hoje, apesar da violência, é possível ver crianças brincando nas ruas e mulheres prostradas nas portas de casa, ao final do dia, a conversar com as vizinhas. Nessa região, onde ainda predominam as casas com quintal, longe da realidade dos grandes condomínios, é comum que todos na rua se conheçam pelo nome ou de vista.

Desta forma, o trem possui um papel fundamental para seus usuários, como parte de um resgate dessa realidade de viver em comunidade, ainda que sempre exista a possibilidade de se deparar eventualmente com o inesperado. A realidade do trem é a mesma de uma cidade grande, onde podemos encontrar em abundância tanto a mixofobia quanto a mixofilia. São termos que significam, respectivamente, o medo e o prazer de se deparar com o desconhecido (BAUMAN, 2005).

No trem, as personalidades presentes são muito distintas: as mulheres do vagão feminino, os jogadores de carta, os vendedores e os pedintes. Ao longo da viagem, existe a possibilidade de se surpreender com uma mulher bonita ou chorar com a tristeza dos pedintes cegos. Desta forma, o trem parece evocar o espírito da cidade ao fazer conviver relações humanas de proximidade e empatia com experiências rudes e ásperas.

E viver na cidade, como já demonstramos, engloba reações coletivas de júbilo e sofrimento. Encontramos, dentre as formas de violência estudadas, uma proveniente de atitudes criminosas. Enquanto a violência no embarque é aceita pela comunidade de passageiros ferroviários, a segunda causa revolta e insatisfação. Algumas pessoas fazem piadas sobre o empurra-empurra típico dos trens lotados, mas nesta pesquisa não foi

ouvido nenhum relato acompanhado de risos quando o assunto era assalto ou agressividade criminosa.

Rodrigo Souza, 23 anos, morador de Queimados, contou que foi assaltado, assim como vários passageiros naquela ocasião, na estação de Nova Iguaçu, enquanto ia para a faculdade.

Foi bem tenso. A Supervia foi negligente, porque em momento algum a gente teve o amparo de algum profissional deles. Não chamaram a polícia para a gente poder prestar queixa do ocorrido. Apenas um segurança ficou pegando as informações das pessoas que foram assaltadas, para qualquer eventual ocorrência. Sendo que ele mesmo confessou que aquilo não adiantaria nada porque aquilo não seria colocado para frente. Foi revoltante porque a gente estava dentro da plataforma e a Supervia negligenciou a segurança. Não tinha nenhum guarda para fazer a ronda. Nenhum guarda privado ou público. A gente ficou “a Deus dará”. Eu não parei de andar de trem depois do ocorrido, mas não volto mais de noite, de trem da faculdade. Vou de ônibus, mas acho igualmente perigoso. As conduções são todas perigosas.

O caso relatado não é uma exceção, o ambiente das plataformas é tão suscetível a assaltos como qualquer outro lugar do lado de fora. O passageiro que confia a sua viagem a uma empresa espera que exista alguma assistência em casos emergenciais, e principalmente que a sua ida e volta para casa sejam seguras. A sensação de desamparo das vítimas é clara. Nesses casos, o medo volta à cena.

Lessa e Freitas (2005) afirmam que as agressões urbanas contemporâneas são provenientes de todos os lados e geram uma sensação constante de medo e insegurança. Todos os dias, a vida e os objetos dos cidadãos podem usurpados pela violência dos assaltos, homicídios, vírus de computador ou acidentes de trânsito. O contato com o medo é inevitável em uma sociedade que convive com inúmeras “espirais de violência” que são incansavelmente registradas e reprisadas pela mídia.

O medo de ser assaltado, de presenciar um atentado terrorista, de sofrer um ataque cardíaco devido à má alimentação e tantos outros do tipo é essencialmente típico das sociedades contemporâneas. Hoje, nas grandes metrópoles, temos registrado um aumento generalizado da violência em todos os níveis, o que corrobora para o desenvolvimento de sociedades que vivem com “medo dos medos” (AUGÉ, 2014).

A violência gera medos específicos típicos do nosso século: estresse, pânico, depressão, angústia, que se unem uns aos outros e se combinam entre si. As violências econômicas, políticas e sociais agregadas a esses medos contribuem ainda mais para o

surgimento de um “mal-estar” generalizado, que tem se apoderado das sociedades humanas aparentemente estáveis. Essa sensação coletiva tende a culminar em um hiperconsumismo, como forma de compensação (AUGÉ, 2014).

Morin e Baudrillard (2004) descrevem como a violência se tornou um assunto global, uma vez que o terrorismo assombra as nações mais ricas e as guerras urbanas se fazem cada vez mais presentes nas grandes metrópoles. Contudo, além das formas clássicas do terror, há a injustiça material, e acima disso, a injustiça moral, que não pode ser contabilizada financeiramente, mas afeta diretamente a população. É o fato de certos homens serem privados dos direitos fundamentais dos quais os poderosos gozam, como acesso a cuidados médicos, segurança e educação de qualidade, que aumentam a sensação de insatisfação e a desigualdade social.

Contudo, apesar de todas as tendências mundiais estarem voltadas para o medo e a violência, é dever do estado proteger os cidadãos, ou se for o caso, cobrar isso das empresas que cuidam de bens públicos, como os meios de transporte. Justificar a insegurança vivenciada pelos passageiros simplesmente como uma tendência global não exime o poder público e a concessionária de suas responsabilidades, que é prover uma viagem segura para os usuários de trem.

3.4. Um personagem importante: o vendedor ambulante

São muitos os vendedores de trem que circulam pela Supervia. Em uma viagem de vinte minutos, fora do horário de pico, estimamos que o passageiro seja abordado por uma média de quinze vendedores diferentes³⁷. E a variedade dos artigos comercializados é notória. Entre os principais itens observados, estão: barras de cereal, biscoitos, doces, água, refrigerante, cerveja, meias, cortador de unha, descascador de legumes, triturador de alho, tesoura, porta-cartão, agulha de costura, CDs e brinquedos.

Alguns itens são de fabricação caseira, outros são comprados nas inúmeras casas de doce localizadas ao redor da Central do Brasil e há ainda uma parcela de procedência duvidosa. É comum ouvirmos diversos camelôs declararem: “Não é mercadoria roubada, foi um caminhão que virou”. Assim, é difícil diferenciar aqueles que se utilizam dessa típica frase como um artifício de marketing de quem realmente comercializa produtos de procedência ilegal.

³⁷ Dados obtidos através da média de vinte viagens diferentes, entre 12h e 18h.

Cada vendedor possui um estilo próprio de se apresentar e de divulgar seus produtos. Alguns chegam nos vagões gritando, outros cantando rimas e há ainda aqueles que, para poupar a voz, se utilizam de pequenos alto-falantes e microfones. Na vestimenta observamos uma profusão de estilos: sapatos sociais gastos, tênis de marca, chinelos de dedo, calça jeans, bermuda, camiseta, camisa de manga e há até quem ande sem camisa. Antigamente o território ferroviário era típico dos homens, mas hoje em dia, a exemplo de um desdobramento da sociedade como um todo, é comum ver mulheres ocupando este espaço e trabalhando como camelô nos trens.

Lima & Silva (2016) defendem que os camelôs fazem parte da cultura carioca e, portanto, deveriam ser legalizados e não perseguidos. Eles afirmam que as vendas no trem não podem ser exterminadas de uma hora para outra, por isso discordam que o confronto direto possa mudar esse traço cultural dos trens cariocas.

O passageiro Samuel Vasconcelos, 40 anos, morador de Mesquita, também defende os vendedores. Ele sugere que seja feito um credenciamento para legalizar o grupo que atualmente circula pelas estações. Samuel relata um fato que aconteceu há mais de doze anos e ainda hoje permanece vivo em sua memória:

Eu estava voltando para casa de trem, quando vi um camelô ter sua mercadoria apreendida ainda na Central do Brasil. Os guardas levaram embora todas as suas balas. E dava para ver que ele tinha acabado de começar a trabalhar, pois todos os saquinhos ainda estavam cheios de doce. Quando eu cheguei em casa e vi minha esposa grávida, me emocionei. Eu não sou um cara emotivo, mas naquele dia eu chorei porque pensei que aquele camelô também poderia ser um pai de família como eu.

Os passageiros possuem uma empatia com o camelô do trem. Ser vendedor na Supervia também significa ser um personagem do imaginário carioca tanto quanto o vendedor de biscoito Globo ou mate gelado nas praias da Zona Sul. Como muitas pessoas saem cedo e chegam tarde a suas casas, os vendedores aproveitam a oportunidade de negócios e comercializam brinquedos na semana que antecede o dia das crianças e ovos de chocolate antes da páscoa. Vários itens são comercializados no trem.

Luciana, 24 anos, moradora de Duque de Caxias, uniformizada como voluntária das parolimpíadas, me conta, entre risos, que já até conhece o vendedor de remédios do trem. A jovem, recém formada em enfermagem, me diz que o ambulante atua no ramal Santa Cruz e que de tanto ouvi-lo já havia até decorado o preço dos remédios mais comuns como dorflex, novalgina e tylenol. Ela me conta que o preço e o anúncio não diferem muito dos demais produtos comercializados, a fala típica do “Um é R\$2,00, três

é R\$5,00” impera também entre os remédios. Mas existem alguns vendedores que contam com o carisma e outras técnicas de vendas mais elaboradas.

Ainda segundo Lima & Silva (2016), a capacidade de divulgação dos atributos da marca e das características dos produtos realizada pela maioria dos comerciantes de trem supera a dos funcionários de grandes lojas. Os autores justificam a satisfatória adequação comunicacional dos camelôs por meio da experiência cotidiana. Segundo eles, os vendedores do trem estão sempre em contato direto com seu público-alvo, por isso são mais preparados para falar o que o cliente gosta de ouvir.

Os autores ressaltam ainda a versatilidade necessária para divulgar o produto de forma diferenciada, com o passar das estações. E alertam ainda para o desafio de adequar o discurso e a linguagem para cada região em que o trem passa.

Aristóteles escreveu, em dois momentos distintos, sobre a elaboração do discurso. Fez uma distinção entre a retórica e a poética, em que a primeira ocupa-se de discursos feitos, quase sempre em público, com o objetivo de convencimento. Já a poética apresenta fins essencialmente literários. Nesta pesquisa, daremos enfoque à retórica clássica que, como disciplina, preocupa-se com a elaboração de discursos persuasivos. Mesquita (2005) afirma que a retórica é uma ciência que se dispõe a estudar os princípios e as técnicas de comunicação.

E com base nas definições que caracterizam a retórica como técnica de convencimento e ferramenta de comunicação, pretendemos confrontar os discursos de vendedores de trem com alguns dos princípios que caracterizam o esquema retórico segundo Mesquita (2005). Em primeiro lugar, vamos observar a apresentação das provas, que podem se dar por três meios distintos: a lógica do assunto, o caráter do orador e a emoção dos ouvintes.

Para essa análise, escolhemos o vendedor de chocolates que se intitula “Gordão do Trem”. Em seu discurso³⁸, encontramos algumas falas que podem confirmar a apresentação dos três tipos de provas. O primeiro argumento refere-se à prova técnica que chamamos de “lógica do assunto” e o vendedor que tomamos como exemplo utiliza algumas falas que corroboram para o convencimento do cliente, como: “Você está adquirindo um produto de grande porte no cenário nacional”; “Com a data da validade

³⁸ O discurso analisado pode ser encontrado em uma gravação realizada por um passageiro e disponibilizada em <https://www.youtube.com/watch?v=vW3hkBQF3JI>. Vídeo acessado em 01/09/2016, às 17h30.

em dia, até o dia 5 de maio do ano que vem” e “Aqui é tudo baratinho, tudo com cupom fiscal”. Nessas falas, percebemos o apelo para os atributos técnicos da marca e do prazo de validade.

Ainda na mesma fala, o vendedor apresenta a segunda prova, utilizando-se de seu caráter, quando afirma: “Vem que tem. Economia é no Gordão do Trem.” Ou quando em outro momento, ao vender um chocolate e entregar a mercadoria ao cliente: “Boa noite, meu amigo, diz que foi o Gordão do trem que mandou”. Em outras ocasiões registradas em alguns vídeos na Internet, esse mesmo vendedor informa aos passageiros que está há dez anos trabalhando nos trens, confirmando o seu bom caráter como vendedor.

E como terceira prova, e talvez a mais fácil de ser certificada no caso dos vendedores ambulantes, está o apelo emocional. Enquanto alguns gostam que os clientes se comovam com sentimentos de compadecimento, o Gordão do Trem prefere utilizar-se do humor e de histórias felizes. Ao divulgar seus produtos, ele conta situações hipotéticas dos homens que compram com ele e de como suas esposas e filhos ficarão contentes quando chegarem ao lar com um chocolate. Sua encenação é completa, também imitando vozes femininas e infantis, o que faz muitos passageiros rirem de sua performance.

Nem todos os vendedores utilizam as mesmas técnicas, mas com uma breve análise, podemos comprovar o esforço desses típicos personagens do subúrbio em comercializar seus produtos e convencer o público a levar alguma coisa para casa. Muitos vendedores bem sucedidos se beneficiam, ainda que sem saber, da tríade que envolve a retórica, a apresentação da prova e a persuasão.

O Gordão do Trem é um vendedor bem conhecido dos usuários do ramal Japeri. Vários vídeos dele, que foram postados espontaneamente pelos próprios passageiros, podem ser encontrados em diversos sites na Internet³⁹. O vendedor canta e faz rimas que arrancam risadas dos passageiros a cada vez que entra em um vagão. Mesmo em meio ao trem lotado, ele interage com cada um dos presentes e cita pontos de referência das

³⁹ Alguns sites em que foram encontradas matérias do vendedor: <http://mais.uol.com.br/view/tv1al1qu05z1/gordao-do-trem--melhor-vendedor-0402CD983672D8A95326?types=A&>, acessado em 30/08/2016, às 19h26, <http://www.naosalvo.com.br/compre-o-chocolate-do-gordao-do-trem-para-ele-calar-a-boca-logo/>, acessado em 30/08/2016 às 19h29, <http://www.kibeloco.com.br/2013/08/30/gordao-do-trem/>, acessado em 30/08/2016, às 19h30, <http://www.mundodastribos.com/gordao-do-trem-canta-funk-para-vender-chocolate-no-metro.html>, acessado em 30/08/2016, às 19h27, <http://www.megacurioso.com.br/internet/39028-gordao-do-trem-faz-sucesso-vendendo-chocolates-no-metro-do-rio-de-janeiro.htm>, acessado em 30/08/2016, às 19h31.

idades cortadas pelo ramal Japeri, como nomes de ruas, bairros e minimercados. É perceptível a preocupação com as características únicas de cada localidade e a resposta positiva dos clientes que se identificam com a menção de lugares típicos de seus cotidianos.

Os vídeos do Gordão do Trem são um sucesso na Internet e possuem mais de seiscentas mil visualizações⁴⁰ e centenas de comentários. Devido a sua popularidade, o vendedor já participou até mesmo de um programa de televisão⁴¹. Célia Maria, uma usuária do site Youtube, declara que: “Isso é ser brasileiro. A galera sai do trabalho cansada, de mau humor, e encontra essa figura que consegue arrancar risos e gargalhadas. O cara é do bem. Parabéns para ele”. Pérola Pires, outra usuária, escreve: “Ri muito, isto que é ser vendedor, sabe ser criativo e com bom humor vendeu um caixa inteira de chocolate em minutos. Tem carisma para vender. Parabéns para ele”.

O Gordão do Trem, em um de seus vídeos na Internet, afirma que já trabalha há muito tempo como vendedor. Em outro vídeo, é possível analisar as falas que imprimem confiança ao produto comercializado: “Produto lícito, de boa procedência”, “dentro do prazo de validade”. Notamos que os vendedores não se cansam de apresentar provas técnicas de que os produtos merecem ser levados para casa. Contudo, segundo Volochinov & Bakhtin (1976), o discurso verbal pode ser comparado com o “cenário” de um determinado evento. E existem ainda muitos outros quesitos que compõem esse evento como, por exemplo, a entoação.

A entoação, em vários casos, diz mais sobre o discurso do que a expressão verbal. Ela agrega emoção ao discurso e tem o poder de envolver o receptor da fala na atmosfera que o interlocutor deseja. Na fala concreta, a entoação é muito mais metafórica do que as palavras utilizadas (VOLOCHINOV & BAKHTIN, 1976). Alguns

⁴⁰ Número baseado no somatório de acessos dos vídeos: “O gordão do trem” – 34.593 visualizações; “Gordão do trem e seus chocolates, SUCESSO no Ramal Japeri!” – 26.691 visualizações; “GORDÃO DO TREM VENDEDOR DE SUCESSO” – 216.187 visualizações; “Fenômenos do Youtube 19/01/14: Gordão do Trem” – 11.707, “Gordão do Trem B-)” – 8.459 visualizações; “Gordão do trem vendendo chocolates” – 5.118 visualizações; “Gordo do Trem – Vem que tem economia, só no trem da Supervia” – 129.658 visualizações; “Gordão do trem e seus chocolates, SUCESSO no Ramal Japeri!” (vídeo homônimo) – 95.889 visualizações; “Gordo do trem – Rio de Janeiro 21/08/13” – 53.031 visualizações; “Ele é zica demais – (GORDÃO DO TREM – RAMAL JAPERI) – 1.862 visualizações; “GORDÃO DO TREM VENDEDOR DE SUCESSO RAMAL JAPERI X CENTRAL” – 2.582 visualizações; “Gordão do Trem Como ser vendedor Ambulante de sucesso” – 4.766 visualizações, “Gordo do Trem – Você Conhece Ele?” – 807 visualizações, “Gordão do Trem Japeri – 06/09/2013” – 736 visualizações, “Exclusivo gordo do trem” – 2.219 visualizações; “Abração do gordo chato” – 18.502 visualizações; “Eliana (19/01/14) – Fenômenos do Youtube: Gordão do trem” – 21.146 visualizações. Todos acessados em 30/08/2016, disponíveis no Youtube (www.youtube.com.br).

⁴¹ Participação no “Programa Eliana”, exibido no dia 19/01/2014, na emissora SBT.

vendedores fazem os passageiros rir quando unem a *metáfora entoacional* com a *metáfora gesticulatória*.

O Gordão do trem, por exemplo, imita os gestos e as falas femininas das esposas de seus clientes. As pessoas gostam da encenação e, de uma forma geral, são bem mais receptivas às mensagens transmitidas quando percebem algum tipo de emoção na fala alheia.

Contudo, apesar do carisma que alguns comerciantes possuem junto aos passageiros, existem alguns riscos da comercialização de itens dentro dos trens sem regulamentação, como o comércio de produtos roubados ou falsificados, objetos fora das normas de segurança e exploração de trabalho infantil. Esse último tópico, por exemplo, é bem comum nos trens urbanos cariocas. Ao longo da pesquisa, foram encontradas diversas crianças que aparentavam ter entre oito e treze anos, vendendo os mais variados itens, inclusive bebidas alcoólicas.

Em uma das viagens desta pesquisa, presenciei uma cena na qual uma menina de aproximadamente cinco anos se surpreendeu ao ver uma criança vendendo doces e comentou com sua mãe: “Mãe, tem até criança vendendo no trem!”. A mãe, por sua vez, sem ter o que dizer, apenas observou a outra criança anunciando seu texto tal como os adultos: “O camelô vem trazendo hoje para você...”.

Além do trabalho informal das crianças, o trem também parece oferecer espaço para os desempregados. Bruno, 19 anos, morador do bairro de Comendador Soares em Nova Iguaçu, me conta que é um novato no trem. Antes de vender picolés, sem licença, no interior das estações, costumava trabalhar na montagem de eventos. Entretanto, a empresa para qual prestava serviço precisou demitir muitos empregados devido à crise econômica no Brasil e por isso, há alguns meses, ele atua no trem. Bruno me conta que isso é comum e que já viu muitas pessoas na mesma situação que a dele no interior dos vagões.

O preço dos artigos comercializados no trem, segundo Bruno, é tabelado. O jovem afirma que gostaria de vender seus picolés por um valor mais baixo, no entanto há uma regra para os valores e quem não segue pode até ser agredido. Bruno me conta que já viu um rapaz vendendo cerveja por um preço inferior aos demais comerciantes e por isso um pequeno grupo de camelôs se juntou e o atingiu com uma lata de cerveja, que causou um ferimento no rosto do jovem.

Em 2015, em apenas seis meses, mais de 21 mil vendedores ambulantes não autorizados foram removidos de dentro dos trens urbanos no Rio de Janeiro⁴². Na tentativa de combater essa situação, a Supervia permitiu a legalização de vendedores mediante determinadas regras⁴³, entretanto, apenas 170 decidiram sair da informalidade. Os vendedores alegam que a regra de comprar apenas de um fornecedor faz a lucratividade cair e o negócio torna-se inviável. A Supervia já fez uso de muita repressão física e psicológica para combater os vendedores, mas sempre esbarra na opinião pública, que geralmente posiciona-se a favor deles. Em 2007, apostou na legalização de apenas algumas empresas, o que também não se mostrou muito eficiente. Atualmente, há mais diálogo entre os representantes dos vendedores e da concessionária e as cenas de agentes truculentos não são mais comuns. Contudo, ainda não há uma solução prática para o problema da ilegalidade dos vendedores.

Carlos José Vieira Machado Cunha, presidente da Supervia, em entrevista ao jornal “O Dia”⁴⁴, afirmou: “Se combatemos os ambulantes, recebemos queixa dos passageiros. Até fazemos ações de combate, mas sabemos que temos que conviver com 10 mil pessoas que vivem disso. É serviço de utilidade e, por isso, mudamos nossa postura”. Em meio a leis instauradas e ações truculentas, a “opinião pública” se confunde com a “emoção pública”, que é sempre difícil de ser agradada. Há sim a cultura do vendedor amigo, mas sem legislação ou fiscalização, abrem-se oportunidades para atividades ilegais como a exploração infantil, que nenhum passageiro gosta de ver nos trens.

Observamos os discursos dos vendedores de trem sob a ótica da retórica clássica e pudemos comprovar que em suas falas existem vários argumentos da tática do convencimento estudada por Aristóteles. Em meio às provas apresentadas, pelos três meios analisados (lógica do assunto, caráter do orador e emoção dos ouvintes),

⁴² <http://vozerio.org.br/Camelos-dos-trilhos> acessado em 12/10/2016 às 16h58.

⁴³ “Os ambulantes legalizados precisam se cadastrar, utilizar um jaleco padronizado, crachá de identificação, e cumprir certas normas de conduta. Não podem, por exemplo, carregar muitas sacolas e caixas; devem ter sempre um saco para o lixo; e não devem deixar a mercadoria desorganizada. Além disso, os que vendem alimentícios só podem comprar as mercadorias na única distribuidora autorizada, a J&V, que fica na estação de Madureira. A J&V tem autorização da Supervia para atuar nos ramais de Japeri e Santa Cruz, nos trechos que vão da estação de Madureira até as estações finais dessas linhas.” Fonte: <http://vozerio.org.br/Camelos-dos-trilhos> acessado em 12/10/2016 às 17h03.

⁴⁴ <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-08-25/fora-de-controle-10-mil-vendedores-irregulares-atuam-diariamente-nos-trens.html> acessado em 12/10/2016 às 16h48.

observamos que os usuários, que também são ao mesmo tempo consumidores, se convencem e acabam levando os produtos oferecidos.

Os vendedores de trem se mostraram parte integrante e indissociável da experiência urbana de viajar de trens no Rio de Janeiro. Eles podem ser considerados mais um personagem do cotidiano da cidade. Afinal, conforme já demonstramos anteriormente nesta pesquisa, mais do que mero meio de transporte, o trem abriga as emoções e ações de seus passageiros.

O trem se apresenta como palco de expressões de violência e solidariedade e exatamente por isso, é capaz de conservar características das sociedades modernas. Entre rostos familiares e conversas com desconhecidos, os trilhos que ligam a Baixada à cidade Maravilhosa são testemunhas diárias das conversas entre os passageiros e dos diálogos não verbais. A comunicação gestual presente nas comunidades afetivas mostrou-se completamente ativa nas viagens da Supervia.

Cada passageiro, com suas conversas e seus gestos, compõe o palimpsesto de diálogos presente em um vagão de trem. O trem é, indubitavelmente, uma territorialidade temporária e também uma celebração móvel que rasga os municípios metropolitanos todos os dias. As pessoas que transitam em seu ambiente transportam mensagens e debatem opiniões. Por isso podemos considerá-lo como um meio de comunicação e de difusão de histórias, comportamentos, expressões culturais e até mesmo notícias.

Considerações finais

Ao longo dos três capítulos apresentados nesta pesquisa verificamos de perto como a mobilidade física, a construção de espaços sociais e a comunicação podem se relacionar. Contemplamos a história do surgimento da ferrovia de passageiros no Brasil e verificamos como nem sempre o usuário foi o foco principal dos investimentos públicos, apesar de ser o maior beneficiário desse sistema.

Acompanhamos, através do levantamento histórico, a trajetória da implantação dos trens destinados ao transporte de passageiros no Brasil e, sobretudo, no Rio de Janeiro. Apontamos que a simples assinatura de leis e decretos não bastou para que investimentos reais fossem depositados no novo modal. Aparentemente os efeitos práticos dos estímulos oficiais só puderam ser observados quando as leis passaram a apresentar uma vantagem bilateral entre o governo e os investidores.

Enquanto isso, na divisão de poderes entre quem decidiria quais rotas o novo modal seguiria, quais seriam os nomes das estações e que tecnologia usar, percebemos que a população local (maior beneficiária dos trens urbanos) não teve praticamente nenhuma participação relevante ao longo do processo. Os caminhos que os trens realizam ainda hoje pelo estado do Rio de Janeiro foram traçados inicialmente para atender as necessidades empresariais privadas como o escoamento da produção agrícola do interior até a região portuária⁴⁵ ou foi uma consequência decorrente de outras necessidades como a falta de água na capital⁴⁶.

Vimos neste estudo, exemplos de estações que modificaram a maneira como as pessoas se relacionam umas com as outras, com o comércio local e com a cidade em que vivem. Desta forma, enfatizamos o poder transformador dos espaços das ferrovias sobre o cotidiano dos passageiros e dos moradores locais.

Levando a pesquisa para os dias atuais, analisamos as mensagens que são enviadas da atual concessionária para os usuários de trem e se os usuários possuem voz ativa no processo de troca de mensagens. Investigamos se é possível considerar a existência de um diálogo nesta comunicação ou se as mensagens percorrem um caminho de mão única. Em relação a esse item, observamos que os canais de fala com o cliente,

⁴⁵ Trecho referente à Estrada de Ferro Mauá que ligava Raiz da Serra ao Porto Mauá.

⁴⁶ Trecho referente à Estrada de Ferro Rio D'Ouro, construída para transportar a pesada tubulação de água que abasteceria a cidade do Rio de Janeiro até os dias de hoje.

de uma maneira geral, podem ser considerados bem eficazes com uma clara exceção do “fale conosco” presente no site da Supervia.

A página no facebook, e no twitter e o Supervia fone se mostraram bastante eficientes como formas de comunicação nas quais o passageiro pode falar com a empresa, ser ouvido e receber respostas quase imediatas. Destacamos os dois primeiros canais mencionados por necessitarem de cuidados especiais em todas as suas respostas. As redes sociais empresariais são um espaço aberto para críticas, elogios e reclamações. Ao mesmo tempo em que o fato de haver consumidores comentando e deixando depoimentos reais sobre uma marca é extremamente positivo para a imagem empresarial, existe o lado negativo, no qual todas as reclamações podem ser lidas por milhares de outros usuários.

No caso da Supervia este item é ainda mais delicado, visto que a pesquisa revelou que a maioria dos comentários deixados por usuários do facebook é composta basicamente por reclamações. Dado que expõe a visão crítica do atual passageiro e consumidor, que não se convence com propagandas institucionais e cobra melhores condições de transporte da concessionária.

Ainda na comunicação existente entre a empresa e o usuário, constatamos que as mensagens institucionais divulgadas pela Supervia nem sempre encontram-se atualizadas e em bom estado de conservação. O descaso com os materiais que representam a identidade visual da empresa é equivalente a um descaso com a própria imagem da marca, que hoje se apresenta de forma envelhecida e enfraquecida ao consumidor.

Observamos que a ausência de informação suficiente para correta realização de algumas trocas de trem (baldeação) pode causar confusão nos usuários, que ficam insatisfeitos e tendem a aumentar o número de reclamações. Dado que se mostrou um fato corriqueiro não somente nas redes sociais como também na mídia impressa. Comprovando tal afirmação, em seis meses de pesquisa não encontramos nenhuma notícia positiva sobre os trens nos jornais impressos pesquisados. Notamos que apesar das más notícias serem mais frequentemente publicadas, os demais modais da região metropolitana conseguiram receber algum destaque com reportagens positivas, enquanto os trens não.

Há um certo medo de andar de trem que se propaga por intermédio de relatos de usuários e também pela mídia. Em nossas pesquisas pelo cotidiano das viagens ferroviárias, observamos a dinâmica das relações sociais. Em nossas pesquisas pelo

cotidiano das viagens ferroviárias, observamos a dinâmica das relações sociais durante as viagens e nos espaços das estações. Vivenciamos a experiência de estudar alguns hábitos sociais compartilhados pelos usuários que sugeriram a construção de uma comunidade contemporânea única, existente somente dentro dos vagões.

O trem é, à primeira vista, apenas um meio de transporte, entretanto encontramos diversos outros usos que os passageiros costumam fazer em meio a este ambiente aparentemente frio e hostil. Os usuários ressignificam o espaço social dos vagões todos os dias quando fazem festas de aniversário, jogam cartas e cantam. Há uma redescoberta da própria identidade individual quando as pessoas são colocadas em grupos com grande interação física e trocas emocionais.

Percebemos que o trem também é um espaço de solidariedade e constante preocupação com o próximo. Os encontros inesperados dentro dos vagões despertam os passageiros para as questões do outro e reconhecemos que essas ocasiões se tornariam bem mais difíceis em meios de transporte individuais como os carros. O transporte coletivo também é um veículo que possibilita a comunicação entre desconhecidos que habitam a mesma cidade.

Contudo não encontramos apenas expressões de solidariedade nos diálogos e hábitos comportamentais dos passageiros de trem. Presenciamos diversas ocasiões nas quais a violência compunha um ritual já estabelecido há anos e que, aparentemente, é compartilhado e reproduzido todos os dias por muitos passageiros. Há um movimento de empurrões e correria toda vez que um trem estaciona na estação Central do Brasil nos horários de pico. As pessoas disputam um lugar e lutam pelo direito de chegar mais rápido em casa. A violência da cidade é refletida no interior das estações de trem. A ausência de condições melhores para todos faz com que os passageiros vivenciem verdadeiras batalhas pelo conforto aliado à velocidade.

Desta forma, a capacidade de mobilidade mostrou-se presente no topo da lista de desejos dos moradores das cidades contemporâneas. E afirmando este levantamento, no trem presenciamos disputas literais pelo poder de se mover rapidamente pela metrópole. O trem, conforme já apresentado, é capaz de encurtar distâncias geográficas, contudo quando ele sofre com atrasos e avarias, as pessoas se revoltam e às vezes reagem de forma agressiva contra a máquina ou se expressando rudemente nas redes sociais.

Nesta pesquisa estudamos as diferentes formas de comunicação que podem ser encontradas no interior dos trens e das estações ferroviárias. Investigamos a comunicação empresarial, a visão da mídia e os diálogos verbais e não verbais

existentes entre os próprios passageiros. Esperamos ter colaborado um pouco mais com o material já existente sobre as pesquisas que envolvem o campo da comunicação e os meios de transporte e mais especificamente com e os trens urbanos do Rio de Janeiro.

A história dos trens acompanha os marcos de revolução e avanços industriais e tecnológicos pelo mundo. De uma forma geral, os trens possuem muitos admiradores e fã clubes pelo mundo. As crianças possuem pequenos modelos e os adultos colecionam réplicas e miniaturas de célebres locomotivas. Apesar disso, no Brasil, reconhecemos que ainda há muito a ser explorado tanto nos investimentos em transportes quanto nas pesquisas comunicacionais relacionadas aos modais sobre trilhos.

Encontramos, neste estudo, uma gama de personagens e formas distintas de diálogos que transcrevemos nos três capítulos desta dissertação. Entendemos que o pesquisador que se insere desta forma no ambiente pesquisado não pode se considerar completamente imparcial. Portanto consideramos que esta temática foi abordada a partir de uma determinada perspectiva e que seria muito relevante para as pesquisas de comunicação e mobilidade urbana que mais estudos venham a se desenvolver neste tema e esperamos que a visão inscrita nesta dissertação possa ser útil de diferentes maneiras para as próximas pesquisas.

BIBLIOGRAFIA

- AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir marcas líderes. Bookman Editora, 2009.
- ACIOLI, Rodrigo Girdwood. Os Mecanismos de Financiamento das Ferrovias Brasileiras. 2007. Tese de Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO.
- ALVES, José Cláudio Souza. Baixada Fluminense: a violência na construção do poder. Tese de Doutorado em Sociologia. São Paulo: FFLCH/USP, 1998
- AUGÉ, Marc. Por uma antropologia da modernidade. Maceió: Editora Unesp/Ed, 2010.
- _____. Los Nuevos Miedos. Buenos Aires: Paidós, 2014.
- BAITELLO, Norval. Os meios da incomunicação. Annablume, 2005.
- BARBOSA, Marialva. História da comunicação no Brasil. Editora Vozes Limitada, 2013.
- BAUDRILLARD, Jean; MORIN, Edgar. A violência no mundo. Tradução Leneide Duarte-Plon. Rio de Janeiro: Anima Editora, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. Comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. Confiança e Medo na Cidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BENCHIMOL, Jaime Larry. Pereira Passos: Um Haussmann Tropical. Biblioteca Carioca, Rio de Janeiro: 1992
- BNDES. "Relatório Anual 2014." (2014).
- _____. "Relatório Anual 2013." (2013).
- BRITO, Nascimento. Meio século de estradas de ferro. Livraria São José, 1961.
- CAIAFA, Janice. Aventura das Cidades: ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- _____. Trilhos da cidade: viajar no metrô do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Editora 7 letras, 2013
- CAMARGOS, I. C. F. V.; LOPES, Eduarda Escila Ferreira. Rede social não é SAC: as reclamações no facebook podem causar danos à imagem corporativa. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Bauru. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2013.
- CARVALHO, Carlos Delgado de. História da Cidade do Rio de Janeiro. Ed Biblioteca Carioca. Rio de Janeiro: 1990.

CARVALHO, Olívia Bandeira de Melo e Sá, Simone Pereira de. Em defesa da Etnografia: Sociabilidade e inclusão digital em Lan Houses e Telecentros. In BRAGA, José Luiz Braga, LOPES, Maria Immacolata Vasallo de Lopes e MARTINO, Luiz Claudino. Pesquisa Empírica em Comunicação. Paulus, 2010.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano – Artes do fazer. 3ª edição. Ed Vozes: Petrópolis, 1998.

DE CASTRO, Anderson Moraes et al. “SUPER-VIA”: TRANSPORTANDO PRECONCEITOS,(IN) CRIMINANDO OS EXCLUÍDOS. Pensamento Plural, n. 2, p. 143-160, 2014.

FERNANDES, Cíntia Sanmartin; MAIA, João; HERSCHMANN, Micael. Comunicações e territorialidades: Rio de Janeiro em cena. Guararema, SP: Anadarco, 2012.

FRANÇA, Sadon, & Marcio GONÇALVES. "Comunicação organizacional e media training: a voz da SuperVia." CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Vol. 15.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Cidade, comunicação e pós-modernidade: reflexões para uma produção de conhecimento. Logos, v. 2, n. 1, p. 6-7, 1995.

_____. A comunicação e a nova ordem: um pequeno ensaio sobre a tribalização do mundo. Logos, v. 4, n. 1, p. 12-14, 1997.

_____. Ricardo Ferreira; LESSA, Roberta. Da cidade aos meios: as narrativas da violência eo bairro da Barra da Tijuca. COMUNICAÇÃO E CULTURA METROPOLITANA, p. 59.ano 2005.

GALVÃO, Olímpio J. DESENVOLVIMENTO DOS TRANSPORTES E INTEGRAÇÃO REGIONAL NO BRASIL—UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA. Planejamento e políticas públicas, n. 13, 1996.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Vozes, 2011.

GONÇALVES, Jorge Augusto Martins. Contribuição à análise quantitativa das potencialidades do trem de passageiros em integrar a estrutura urbana. 2006. Tese de Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO.

GONÇALVES, Antonio Baptista. Responsabilidade penal da pessoa jurídica. Pena–dano à imagem da empresa. Revista dos Tribunais, 1993.

GUILLAUNE, 1989 in SODRÉ, Muniz. O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia. 1992.

- HALL, Stuart. Identidades culturais na pós-modernidade. DP&A: Rio de Janeiro, 2004.
- _____. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Editora UFMG, 2006.
- HELLER, Agnes. O cotidiano e a história. Paz e Terra, 1985.
- HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia. Música nas ruas do Rio de Janeiro. Intercom, 2014.
- HESS, David, J. Alternative Pathways in Science and Industry: Activism, Innovation, and the Environment in an Era of Globalization. Cambridge: The MIT Press, 2007.
- KOTLER, Philip; HERMAWAN Kartajaya, e SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Elsevier, 2010.
- KENDZERSKI, Paulo Roberto. Livro Web Marketing e Comunicação Digital. Livro Web Marketing, 2009.
- LÉVY, Pierre. Ideografia dinâmica (A). Edicoes Loyola, 1998.
- LIMA, Paulo Henrique Silva de; SILVA, José Severino da. UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE A LINGUÍSTICA PRAGMÁTICA E FUNCIONAL DOS CAMELÔS NOS TRENS DA SUPERVIA NO RAMAL CENTRAL-SANTA CRUZ (RIO DE JANEIRO–RJ). Revista Philologus, Ano 22, N° 64 Supl.: Anais do VIII SINEFIL. Rio de Janeiro: CiFEFiL, jan./abr.2016
- LINS, Felipe. Nos trilhos da adoração: lideranças pentecostais em cultos nos trens do Rio de Janeiro. Espiritualidade Libertária, n. 2, 2010.
- LE BON, Gustave. (1977) The crowd – a study of the popular mind. Harmondsworth, Penguin Books in MARTINS, José de Souza. Linchamento, o lado sombrio da mente conservadora. Tempo social, v. 8, n. 2, p. 11-26, 1996
- MAFFESOLI, Michel. O tempo das tribos. 2ªed. 1998.
- _____. Ecosofia Sensível. In: *Homo Eroticus*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2014.
- MESQUITA, António Pedro. Aristóteles-Obras Completas. Introdução Geral, 2005
- MARTINS, José de Souza. Linchamento, o lado sombrio da mente conservadora. Tempo social, v. 8, n. 2, p. 11-26, 1996.
- MORLEY, David. Communications and transport: The mobility of information, people and commodities. Media, Culture and Society. Vol. 33, n° 5, 2011.

MORIN, Edgar; BAUDRILLARD, Jean; DE VIVEIROS, Ana Paula. A violência do mundo. 2004.

NASSAR, Paulo. Tudo é comunicação. Lazuli Editora, 2005. Brasil.

NETO, José Cardoso. Homero na Metrópole: oralidade, mídia e paisagem urbana. In FERNANDES, Cíntia Sanmartin; MAIA, João; HERSCHMANN, Micael.

Comunicações e territorialidades: Rio de Janeiro em cena. **Guararema, SP: Anadarco**, 2012.

PEREIRA, Paulo César. De Iguassú a Nova Iguaçu: 170 anos 1833-2003. 2ª edição. Projeto gráfico: Inter Anônima. Nona Iguaçu, 2006.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES - Relatório Final do projeto firmado entre o Ministério dos Transportes e o Consórcio LOGIT/GISTRAN, Brasília: 2012.

HARDT, Michael; NEGRI, António. Multidão. **Rio de Janeiro: Record**, v. 18, 2005.

RODRIGUEZ, Helio Suêvo. A formação das estradas de ferro no Rio de Janeiro: o resgate da sua memória. Memória do Trem: Rio de Janeiro, 2004.

SHAW, Eugene F. Agenda setting and mass communication theory. ERIC Clearinghouse, 1977

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SENNETT, Richard. Carne e pedra – o corpo e a cidade na civilização ocidental. 3ª Ed, Rio de Janeiro: Record, 2003.

SIMÕES, Manoel Ricardo. A cidade estilhaçada. Reestruturação econômica e emancipações municipais na Baixada Fluminense. Entorno: Mesquita, 2007.

SODRÉ, Muniz. O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia. 1992.

_____. Sociedade, mídia e violência. EDIPUCRS, 2006.

_____. Ciência do comum (A). Editora Vozes Limitada, 2015.

STAM, Robert; JAHN, Heloísa. Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa. Ática, 1992.

TAYLOR, Charles. As fontes do self: a construção da identidade moderna. Edições Loyola, 1997.

TARDE, Gabriel. A opinião e as massas. Martins fontes, 2005

TEIS, Denize Terezinha; TEIS, Mirtes Aparecida. A abordagem qualitativa: a leitura no campo de pesquisa. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-8, 2006.

TERRA, Carolina Frazon. O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da comunicação organizacional e das relações públicas. In: V Congresso Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas ABRAPCORP, São Paulo. 2011.

TORRES, Gênesis (org). Baixada Fluminense: A construção de uma história: sociedade, economia, política. Ed IPAHB: São João de Meriti: 2004.

TROIANO, Jaime. As marcas no divã: uma análise de consumidores e criação de valor. São Paulo: Globo, 2009.

VASCONCELLOS, Max. Vias brasileiras de comunicação. Conselho nacional de geografia, 1947.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. Identidade de marca, gestão e comunicação. Revista Organicom, v. 4, n. 7, 2011.

VIEIRA, Roberto Fonseca. Comunicação Organizacional. Mauad Editora Ltda, Rio de Janeiro, 2004.

VIRILIO, Paul; LOTRINGER, Sylvere. Guerra pura a militarização do cotidiano. Brasiliense, 1984.

VIRILIO, Paul; PACIORNIK, Celso Mauro; DOS SANTOS, Laymert Garcia. Velocidade e política. Estação Liberdade, 1996.

VOLOSHINOV, Valentin Nikolaevich; BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. Discurso na vida e discurso na arte (sobre poética sociológica). Tradução para uso didático da versão inglesa de, 1976. WILLIAMS, Raymond. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. Tradução de Sandra Guardini Vasconcelos. São Paulo: Boitempo, 2007

WOLF, Mauro; DE FIGUEIREDO, Maria Jorge Vilar. Teorias da comunicação. Presença, 1987.

ZARRELLA, Dan; ZARRELLA, Alison. The Facebook marketing book. " O'Reilly Media, Inc.", 2010.

Sites consultados:

<http://www.fntf.org.br/> . Acessado em 21/05/2016, às 14h49.

<http://www.antf.org.br/index.php> . Acessado em 21/05/2016, às 14h53.

<http://www.sindcentraldobrasil.com.br/> . Acessado em 21/05/2016, às 15h31.

<http://www.sindiferro.org.br>. Acessado em 22/05/2016, às 12h14.

<http://www1.dnit.gov.br/ferrovias/historico.asp>. Acessado em 12/06/2016, às 11h14.

<http://portal.iphan.gov.br> . Acessado em 12/06/2016, às 11h19.

<http://www.pac.gov.br/noticia/4bc62317>. Acessado em 12/06/2016, às 11h27.

<http://www.trem.org.br/>. Acessado em 12/06/2016, às 11h38.

<http://www.antp.org.br/biblioteca/>. Acessado em 19/06/2016, às 21h40.

<http://www.planalto.gov.br> . Acessado em 20/06/2016, às 20h.

<http://g1.globo.com>. Acessado em 30/06/2016, às 9h33.

<http://www.supervia.com.br> . Acessado em 30/06/2016 às 15h07.

<http://www.rj.gov.br> Acessado em 03/07/2016, às 19h26.

<http://gov-rj.jusbrasil.com.br/>. Acessado em 03/07/2016, às 17h10.

https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_unidades_federativas_do_Brasil_por_PIB.
Acessado em 03/07/2016, às 17h44.

<http://www.turismo.gov.br> . Acessado em 03/07/2016, às 17h47.

<http://centrodeoperacoes.rio>. Acessado em 03/07/2016, às 17h50.

<http://www.revistaferroviaria.com.br> . Acessado em 07/07/2016 às 12h42

<http://www.abtlp.org.br/> .Acessado em 07/07/2016 às 12h44 .

<http://www.portomaravilha.com.br> . Acessado em 21/07/2016, às 14h44.

<https://acordocoletivo.org>. Acessado em 21/07/2016, às 15h40.

<https://www.facebook.com/business>. Acessado em 04/08/2016, às 19h29.

<http://mais.uol.com.br> . Acessado em 30/08/2016, às 19h26.

<http://www.naosalvo.com.br> . Acessado em 30/08/2016 às 19h29.

<http://www.kibeloco.com.br> . Acessado em 30/08/2016, às 19h30.

<http://www.mundodastribos.com>. Acessado em 30/08/2016, às 19h27.

<http://www.megacurioso.com.br>. Acessado em 30/08/2016, às 19h31.

<http://oglobo.globo.com/rioacessado>. Acessado em 31/08/2016 às 12h17.

https://twitter.com/supervia_trens. Acessado em 04/10/2016 às 18h33.

<http://agenciabrasil.ebc.com.br> . Acessado em 04/10/2016 às 18h55.

<http://www.mobilize.org.br>. Acessado em 06/10/2016 às 19h23.

<https://www.instagram.com/superviarj>. Acessado em 06/10/2016 às 20h21.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.supervia&hl=pt> . Acessado em 10/10/2016 às 21h10.

<http://vozerio.org.br> . Acessado em 12/10/2016 às 16h58.

<http://www.reclameaqui.com.br/indices/7666/supervia/> . Acessado em 12/10/2016 às 11h15.

<https://www.facebook.com/SuperViaRJ> . Acessado em 12/10/2016 às 12h33.

<https://www.odia.ig.com.br> acessado em 12/10/2016 às 16h48.

<http://www.youtube.com.br>. Acessado em 13/10/2016 às 17h.

Outras fontes

Jornal O Globo, ano 2015, edições dos dias: 6/1, 16/2, 22/3, 27/03, 17/6, 16/8.

Jornal O Dia, ano 2015, edições dos dias: 29/01, 11/02, 1/4, 14/4, 7/5.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 167 – julho/agosto de 2015.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 168 – setembro/outubro de 2015.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 169 – novembro/dezembro de 2015.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 170 – janeiro/fevereiro de 2016.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 171 – março/abril de 2016.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 172 – maio/junho de 2016.

Jornal da AENFER, ano XX, nº 173 – julho/agosto de 2016.

ANEXOS

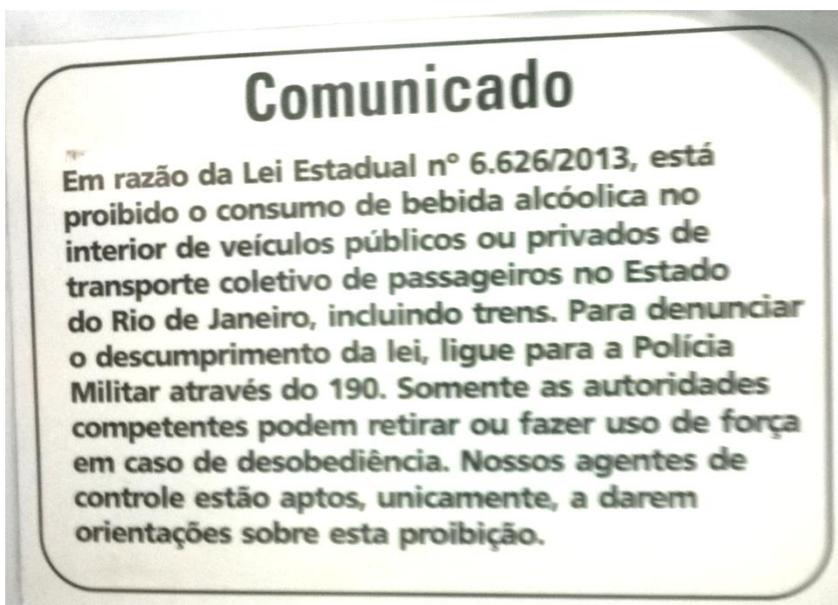


Fig 3:foto de comunicado colado no interior dos trens informando a proibição do consumo de bebidas alcóolicas no interior dos vagões. Fonte: acervo pessoal.

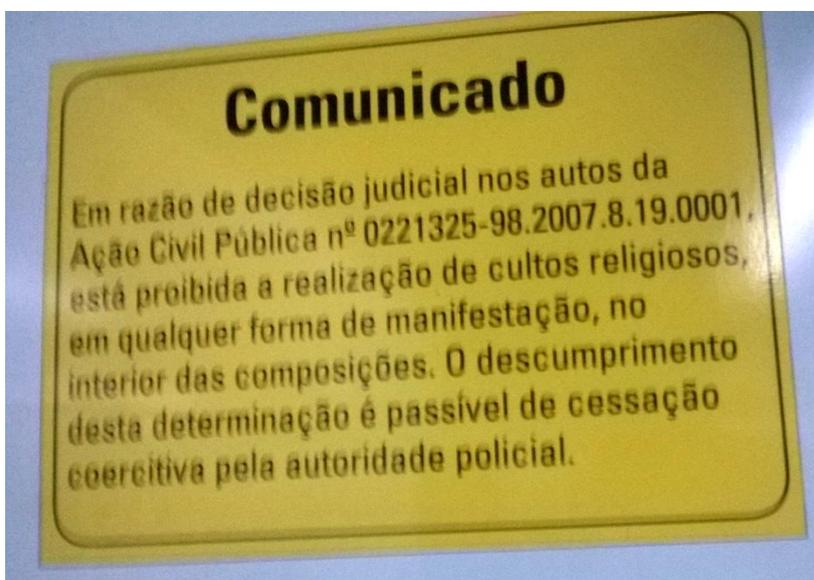


Fig 4:foto de comunicado colado no interior dos trens informando a proibição da realização de cultos religiosos no interior dos trens. Fonte: acervo pessoal.



Fig 5: Adesivo publicitário com informe sobre a reforma em determinado trem. Fonte: acervo pessoal.



Fig 6: Adesivo carro das mulheres1. Fonte: acervo pessoal. Fig 7: Adesivo carro das mulheres2. Fonte: acervo pessoal.



Fig 8: Informativo sobre as regras de conduta no ambiente ferroviário. Fonte: acervo pessoal.



Fig 9: Material publicitário desatualizado e envelhecido, em exposição nos trens. Fonte: acervo pessoal.



Fig 10: Trens antigos em circulação. Fonte: O Globo, 16/8/2015.



Fig 11. Novos trens em circulação. Fonte:
<http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1996704>, acessado em
13/02/2017 às 23h14

O MUNDO E O SUBMUNDO DOS TRILHOS DO RIO

Violência, descaso e desconforto atravessam o caminho de quem balança nos vagões rumo à Central

CAIO BARRETTO BRISO
caio.barretto@oglobo.com.br

O mar revolto de pés e cabeças não para de escoar para fora do trem. Há jovens e senhores, empregados e biscateiros. Uma onça humana de pedreiros, porteiros, diaristas e também bancários, advogados, estudantes. Em comum, a pressa dos atrasados e as pedras do caminho. Deixaram o subúrbio ou a Baixada Fluminense antes da alvorada. Viajaram em pé, colados a outros corpos, por até duas horas. Chacoalharam a uma velocidade média de 42km/h. Quando a multidão invade o saguão da Central do Brasil, já cheia de cansaço, ecoa nos altofalantes o sax de Pixíngulha. São 6h20m, mal clareou. "Eita, segunda-feira!", exclama um sonolento atendente da lanchonete Central Rio, onde dois mil pastéis serão vendidos até o anoitecer.

Todos os dias, 670 mil pessoas embarcam em uma das 102 estações espalhadas pelos oito ramais da Região Metropolitana. É a população de uma metrópole, maior do que a de Niterói. Apenas 20 municípios brasileiros, do total de 5.561, têm população superior. O prefeito dessa cidade é a empresa SuperVia, que tem mandato até 2048, tempo da concessão mais longa do estado. Os 270 quilômetros de linhas férreas conectam o coração do Rio a 11 cidades vizinhas. Da Central ao ponto mais distante, a estação de Guapimirim, são 76 quilômetros. A SuperVia tem nas mãos um mundo, mas também um vasto submundo. Só quem viaja nos trilhos é capaz de acreditar nas coisas que se passam nos vagões e plataformas. Coisas como um trem avançar sobre um cadáver, autorizado pelo comando da companhia, como ocorreu no dia 28 de julho com o ambulante Adílio Cabral dos Santos. Ex-presidêntio

de 33 anos, ele tentava reconstruir a vida vendendo balas na linha férrea.

Uma equipe do GLOBO passou as últimas três semanas viajando nos ramais da SuperVia. Cada uma das linhas foi percorrida de ponta a ponta, quase sempre em horário de rush. Logo no primeiro dia, um menor roubou o celular de uma passageira ao lado dos repórteres, enquanto o trem estava parado, com as portas abertas, na estação terminal de Belford Roxo — apenas "Bel", para os íntimos. Da plataforma, ele esticou o braço com agilidade e, pela janela do vagão, arrancou o aparelho do ouvido da mulher, sumindo na escuridão. Eram cerca de 20h30m, a estação estava às moscas. O garoto, de 15 anos no máximo, vestia a camisa 10 da seleção brasileira. Um a zero para ele.

Nesse ramal, circula a maior parte dos trens antigos. São 201 em toda a malha ferroviária, sendo 121 novos, fabricados na China ou na Coreia do Sul, e 80 velhos, das décadas de 50 a 80 — do tempo em que a pernambucana Marinês, a rainha do xaxado, fazia sucesso cantando os problemas dos trilhos em "Trem da Central" ("Vou a pé, de Sputnik, mas não vou de trem"). Antes de 2011, quando a Odebrecht assumiu a SuperVia, as avarias nas composições ocorriam a cada 23 mil quilômetros. Hoje, elas circulam 180 mil quilômetros sem apresentar falhas. Mas é irritante o número de vezes em que os trens, velhos ou novos, ficam parados entre uma estação e outra. Os passageiros passam longos minutos esperando, sem informação. Em um dos trajetos, da estação de Japeri até a Central, a composição fica dez minutos parada. Duas passageiras começam a discutir por um assento.

— Olha o coração, irmã — diz um homem, tentando acalmar os ânimos.

Uma delas berra que está grávida e passando mal. O vagão fica em silêncio, a mulher ganha o lugar. Poucos respeitam os assentos reservados para idosos, gestantes e pessoas com deficiência — estas, aliás, são as que mais sofrem, pois as condições de acessibilidade das estações não são muito melhores que as da Floresta Amazônica. É comum a cena de cadeirantes sendo carregados nos braços por passageiros — inclusive para entrar nos trens novos, pois há um desnível de um palmo entre a altura deles e a das plataformas.

Acostumada a lidar com os problemas da SuperVia, a defensora pública Patrícia Cardoso, coordenadora do Núcleo de Defesa do Consumidor, conseguiu quarta-feira um acordo de indenização entre a empresa e a família de Adílio — seus parentes vivem no Morro da Serrinha, em Madureira. Para a defensora, não há desculpas para a falta de segurança no interior da malha ferroviária.

— As pessoas que andam de trem são invisíveis. Ninguém se preocupa com elas — afirma Patrícia. — Há um grande ressentimento dos usuários com a SuperVia. Eles se sentem maltratados, e são mesmo. O transporte já não é confortável. Mas ele tem que ser, pelo menos, seguro.

É possível medir a insatisfação dos passageiros pelo número de denúncias feitas à agência reguladora do setor, a Agetransp. De janeiro de 2014 até julho, foram 2.745 registros. Eles podem se transformar em penalidades. Desde 1998, quando o estado licitou a gestão dos trilhos, já são 56

multas — barcas e metrô, no mesmo período, receberam juntos 28. As punições da SuperVia somam R\$ 8,6 milhões, dos quais foram pagos R\$ 3,5 milhões. É difícil para a Procuradoria Geral do Estado cobrar da concessionária. Do valor ainda não pago, R\$ 2,9 milhões já estão inscritos na Dívida Ativa. O estado tenta receber na Justiça o valor. Segundo o TJ, a empresa responde a 4.036 processos — 795 abertos só este ano.

Havia um batalhão com 400 policiais que cuidava da segurança das linhas férreas, mas em 2009 ele foi extinto, e hoje 90 PMs policiam esse mundo de gente, trilhos e dormentes — um para cada grupo de 7.444 pessoas. Sem se identificar, um deles diz que as condições de trabalho são terríveis. Há poucos meses, ele e uma equipe foram recebidos a tiros por traficantes na estação de Del Castilho, onde uma favela cresce sem controle à beira dos trilhos.

Com efetivo tão baixo, o submundo impera nos caminhos de ferro. Ao atravessar algumas estações, como Cavalcanti, é preciso fechar as janelas do vagão, pois é comum os trens serem apedrejados. No banheiro masculino da plataforma da Central, quem manda são os travestis e homossexuais que se prostituem ali, onde se paga R\$ 1,75 para entrar. Eles ficam em pé sobre os vasos sanitários, com as portas das cabines fechadas, à espera dos clientes. "Vem, amor", chama um homem de cabeça e sobrancelhas raspadas. O banheiro fica a cinco metros da sala da PM. ●

Noventa policiais são responsáveis pela segurança de 670 mil passageiros — uma média de um PM a cada grupo de 7.444 pessoas

Fig 12: Reportagem sobre a violência nos trens cariocas. Fonte: O Globo, 16/8/2015.