



## **Vida de Caminhoneiro Autônomo A realidade enfrentada pelos profissionais do volante<sup>1</sup>**

Ana Paula Serpa BIZARRO<sup>2</sup>  
Ewerton Ferrari MENDONÇA<sup>3</sup>  
Juliana BUSCARIOL<sup>4</sup>  
Marcela BAPTISTA<sup>5</sup>  
Flavio FALCIANO<sup>6</sup>

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP

### **RESUMO**

A profissão de caminhoneiro hoje no Brasil, apesar de sua importância para a economia nacional, ainda é pouco valorizada. A situação se torna ainda pior quando voltamos nossa atenção para o profissional autônomo, que não recebe os benefícios de uma empresa de transportes e precisa trabalhar por conta própria. As longas viagens em rodovias mal conservadas, aliadas à ausência da família, à falta de estrutura dos postos de gasolina e à solidão constante, fazem do motorista de caminhão um profissional único, que atravessa as mais diversas adversidades para atingir seu objetivo final, que é entregar a carga no destino com segurança.

**PALAVRAS-CHAVE:** caminhão; caminhoneiro; família; fé; solidão.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria de Jornalismo, modalidade Documentário em Áudio.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: [ana.bizarro@scania.com](mailto:ana.bizarro@scania.com).

<sup>3</sup> Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: [ewerton.mendonca@wheatonbrasil.com.br](mailto:ewerton.mendonca@wheatonbrasil.com.br).

<sup>4</sup> Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: [ju\\_buscariol@hotmail.com](mailto:ju_buscariol@hotmail.com).

<sup>5</sup> Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: [marcela\\_baptista@yahoo.com.br](mailto:marcela_baptista@yahoo.com.br).

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: [flaviojornal@gmail.com](mailto:flaviojornal@gmail.com).



## **1 - INTRODUÇÃO**

Viajar 30, 60 e até 90 dias sozinho e longe da família, apenas com a companhia do seu velho amigo de guerra que é o caminhão. Essa é a realidade de cerca de 98% dos caminhoneiros autônomos que viajam sozinhos pelo Brasil. Além da distância da família, eles trabalham até 20 horas por dia e passam apenas uma hora e meia descansando.

Os caminhoneiros têm que lidar dia após dia com uma escolha: ficar com a família ou trabalhar para garantir o sustento do lar e se acostumar com a ausência. Muitas vezes eles optam pelo sustento do lar e um sentimento que dá forças para agüentar a saudade da família é o amor pela profissão e a liberdade conquistada. Mas tudo isso tem um preço: eles abrem mão de uma vida normal em sociedade, de uma boa alimentação caseira, de um longo banho quente, de uma cama confortável e aconchegante, e também do crescimento e de momentos marcantes na vida de seus próprios filhos.

A fé e a religião são fatores presentes na rotina dos caminhoneiros do Brasil. Cerca de 69% dos caminhoneiros são católicos e que, em média, 16% acreditam em Deus, apesar de não terem uma religião definida. A fé é característica presente na vida desses profissionais que enfrentam todos os dias os desafios e as surpresas do trabalho autônomo.

## **2 - OBJETIVO**

O objetivo do radiodocumentário "Vida de caminhoneiro autônomo: a realidade enfrentada pelos profissionais do volante" é trazer detalhes sobre os sentimentos e sensações vividas por esses profissionais, ao mesmo tempo tão populares na vida dos brasileiros, mas tão estereotipados, abordando temas como solidão, saúde, família, prostituição e fé ao seu público-alvo.

Para isso, nos três blocos dos 27 minutos de produção, foram entrevistados prioritariamente caminhoneiros, mas também familiares e especialistas, que discutiram os sentimentos, desejos, medos e desafios, que acompanham o dia-a-dia dos profissionais do caminhão.

Para atingir o objetivo de alcançar a maior parcela de público, optamos pelo rádio como meio de veiculação do nosso documentário. Isso porque o meio radiofônico tem o poder de atingir, em pouco tempo, grande parte da população brasileira. Esse imediatismo e a



mágica, que por meio dos sons, faz com que seus ouvintes possam imaginar as histórias contadas pelas personagens do radiodocumentário, foram fatores fundamentais para a escolha do veículo.

Após a apresentação deste radiodocumentário, espera-se que os ouvintes possam conhecer melhor a realidade de vida dos caminhoneiros para, se necessário, tecerem opiniões sobre a vida desses profissionais.

### **3 - JUSTIFICATIVA**

#### **3.1 - Tema**

Com base nas pesquisas realizadas, notamos que esses profissionais são personagens importantes na história do transporte brasileiro de cargas, uma vez que são responsáveis por transportar cerca de seis por cento de todo o PIB (Produto Interno Bruto) da economia nacional. De acordo com o jornalista Pedro Trução, a dependência do Brasil pelo transporte rodoviário teve início em 1957, quando Juscelino Kubitschek iniciou a construção das estradas pelo país.

Constatamos também, por meio de conversas com alguns caminhoneiros, que as rodovias brasileiras ainda têm muito a melhorar se comparadas com as estradas de outros países latino-americanos, como Argentina e Chile. Outro aspecto bastante comentado foi a falta de estrutura em alguns locais de concentração de caminhoneiros. No CEAGESP (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo) por exemplo, para cerca de 400 motoristas que passam por lá todos os dias, existem apenas dois chuveiros disponíveis.

Com todos esses dados sobre os caminhoneiros e o meio no qual vivem, sentimos que havia a necessidade de passar ao público-alvo um pouco da realidade sobre esse personagem. A vida dele, o que pensa, como lida com a situação de ter que ficar até 90 dias longe de casa e da família, ter que pagar R\$ 1,00 por minuto de banho quente tomado e, principalmente, quais são os sentimentos desse motorista diante de todas essas situações. Tudo isso contado pelos próprios caminhoneiros.



“A gente sabe que mais de 60 por cento de toda a carga do Brasil é distribuída via caminhão, ou seja, é muito importante trabalhar com esse profissional, porque é ele quem move o Brasil [...] O caminhoneiro conhece a realidade e as estradas do Brasil melhor do que qualquer um [...] E a gente acredita também que o caminhoneiro tem valores, tem honra, tem dignidade, camaradagem, respeito e decência”.

Elder Cerqueira, psicólogo do Programa Na mão certa.

### **3.2 – Justificativa do meio escolhido**

O rádio, por ser um veículo de comunicação dinâmico e que usa uma linguagem bastante coloquial, é capaz de atingir um número elevado de pessoas, de todas as classes sociais. A principal razão que levou o grupo a escolher essa mídia foram as inúmeras possibilidades que os recursos sonoros permitem, como forma de impactar o ouvinte.

Um fato interessante é que o rádio exige um alto nível de concentração e comprometimento do jornalista. A abordagem aprofundada de uma reportagem, ao contrário de uma notícia, permite a formação de várias opiniões diferentes sobre o mesmo assunto.

“[...] diferentemente da notícia, [a reportagem] abre espaço para mais de um ponto de vista: as documentações podem ser variadas, diversificadas e múltiplas, podendo incluir e desenvolver os dados que ficaram fora da notícia”.

Carmem Lúcia José, jornalista (XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – 2003).

Com isso, acreditamos que o rádio seria o único meio de comunicação que transmitiria essas informações da forma como queríamos, aguçando a imaginação dos nossos ouvintes e, conseqüentemente, permitindo que “imagens” diferentes sobre o assunto surgissem ao mesmo tempo em que as informações fossem veiculadas. Essa característica pertinente ao rádio permite que nossos ouvintes façam associações entre as informações e sensações adquiridas com a produção e os estereótipos tradicionais para agirem de forma diferente quando um caminhoneiro passar por eles nas ruas.

### **3.3 - Formato**

O formato de documentário de rádio permite que o tema seja melhor desenvolvido, de uma maneira mais completa, abordando o assunto em todas as suas nuances. Além disso, o rádio



oferece recursos sonoros que ajudarão a passar uma mensagem mais marcante aos ouvintes, do que se o mesmo tema fosse desenvolvido em uma mídia impressa.

“[...] o radiodocumentário torna possível a utilização de reportagens ampliadas sobre assuntos cotidianos, o desenvolvimento do senso crítico e aguçar o imaginário do ouvinte”.

Luiz Artur Ferraretto, jornalista.

Atualmente, o rádio brasileiro está limitado a jornais, programas de debates, entrevistas e reportagens, sendo o radiodocumentário um recurso pouco utilizado. Queremos mostrar, com a abordagem do tema nesse formato que, se o programa for bem trabalhado, pode sim atrair e prender a atenção do ouvinte, mesmo sendo um programa de longa duração. O radiodocumentário pode ser uma tendência interessante a ser adotado pelas emissoras principalmente em horários de pico, enquanto as pessoas que estão a caminho do trabalho passam horas dentro de seus carros paradas no trânsito. Com isso, é possível que o ouvinte saiba mais sobre determinado assunto de maneira mais aprofundada, e não somente rápidos flashes com informações gerais e que nem sempre interessam diretamente a todos.

#### **4 – MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A pesquisa para o desenvolvimento do nosso Trabalho de Conclusão de Curso teve início no final de 2007, quando formamos um grupo com quatro integrantes com a permissão do professor orientador Flávio Falciano. Depois que o tema foi aprovado, começamos a pesquisar em livros, teses, dissertações, na imprensa, entre outros, sobre assuntos relacionados ao caminhoneiro e ao caminhão.

Com base nesse material, verificamos que o universo dos caminhoneiros é muito grande e, com isso, teríamos que refinar nossa pesquisa. Em reunião com o professor orientador, ficou decidido que nosso radiodocumentário abordaria apenas os caminhoneiros autônomos do estado de São Paulo.

Mesmo assim, há muitos fatores e assuntos a serem tratados sobre esses profissionais. Reunimos o material coletado e procuramos focar o relato na rotina enfrentada por eles e quais são os sentimentos, medos e desejos dos caminhoneiros. Dessa forma, segmentamos



nosso documentário em temas como solidão, família, fé, saúde e prostituição. Tudo isso contado pelos próprios caminhoneiros.

Paralelamente às pesquisas bibliográficas, procuramos também contatar profissionais qualificados para discorrer sobre o assunto, como o jornalista especializado Pedro Trucão, que nos contou um pouco sobre a história do sistema rodoviário e a importância que os caminhoneiros têm economicamente na sociedade.

“Hoje, como eu te falei, tem uma média de 45% do transporte de hoje está na mão do caminhoneiro autônomo. E 45% é um valor muito grande, se ele resolver dar uma parada, complica o Brasil todo. E hoje ele faz parte disso, está diminuindo, mas faz parte disso, para a movimentação de carga no Brasil e em outros países”.

Pedro Trucão, jornalista.

Depois de definidos os temas do documentário, a próxima etapa foi iniciar o contato com profissionais como padres, policiais, engenheiros, profissionais da saúde, presidentes de sindicatos e associações, concessionárias de rodovias e administradores de pontos de encontro (Rodoshopping, Ecopátio e Ceagesp) para aprofundarmos o conhecimento sobre o assunto.

Após ouvir tais profissionais, demos início às entrevistas com caminhoneiros em postos de gasolina de rodovias, pontos de encontro e até mesmo na casa dos profissionais. Apenas indo a campo poderíamos entender como é a vida de um caminhoneiro autônomo e quais são seus sentimentos e emoções com o passar dos dias. Foram essas entrevistas e a experiência vivida que nos deu bagagem suficiente para desenvolver o radiodocumentário.

## **5 – DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

### **5.1 – Descrição do produto**

Trata-se de um radiodocumentário intitulado "Vida de caminhoneiro autônomo: a realidade enfrentada pelos profissionais do volante", que pretende mostrar a vida e os sentimentos que cercam a rotina desses trabalhadores.

O produto tem 27 minutos e é dividido em três blocos com nove minutos cada, que foram juntos se completam para o bom entendimento do tema. Para todos os sub-temas abordados,



utilizamos recursos sonoros como efeitos, BG's e músicas, além de serem enriquecidos com sonoras de personagens citados.

## **7.2 - Blocos**

No primeiro bloco, apresentamos o tema com uma história breve da vida de um dos entrevistados. Além disso, por meio de uma sonora definimos o que é ser caminhoneiro autônomo.

Tratamos dois temas como foco desse bloco. O primeiro é a solidão que convivem diariamente, diferentemente do que já foi mostrado inclusive em programas de televisão. E o segundo é a prostituição, tema que não é bem aceito pelos caminhoneiros, mas que é uma realidade no meio.

Iniciamos o 2º bloco com os diversos problemas de saúde decorrentes da profissão, como as dificuldades para se manterem acordados, o uso de rebites (anfetaminas) e a má alimentação que também acompanha suas viagens. Detalhamos a vida de um dos entrevistados desde o início de sua trajetória e falamos com sua família.

Também relatamos a dificuldade que eles enfrentam na hora de encontrar um bom frete e a grande concorrência existente. Por fim, fechamos o bloco explicando o que é o rádio amador (PX) e qual a sua importância no meio, principalmente na falta de uma companhia.

Por ser uma das formas mais comuns que eles encontram para enfrentar todas as dificuldades já citadas, o último bloco destaca a fé que esses profissionais do volante possuem e as várias formas de manifestações.

Para o encerramento, escolhemos cuidadosamente sonoras que exemplificam todo o sentimento demonstrado pelos personagens nas entrevistas.

## **7.3 – Circulação e veiculação**

Apesar de o formato escolhido não ter espaço garantido em nenhuma emissora jornalística, procuramos definir algumas rádios cujo conteúdo poderá ser utilizado.



Para o público-alvo principal (homens e mulheres de 18 a 65 anos), as rádios escolhidas para a veiculação do programa, foram a Globo AM (1100 KHz), a Jovem Pan (620 KHz) e a Bandeirantes (840 KHz).

Em um segundo momento, quando focaremos o produto no público-alvo secundário (caminhoneiros, famílias e profissionais do meio), as rádios escolhida para veiculação semanal, distribuída entre os períodos da manhã e da tarde, foram a rádio Globo (1100 KHz) e a rádio Terra FM (98,1).

## **6 - CONSIDERAÇÕES**

Dizer que foi fácil seria no mínimo muita hipocrisia da nossa parte. Não, isso não foi mesmo. Tivemos sim as nossas brigas, dispersamos em alguns momentos e, apesar de cansarmos de nos reunir em quase todos os fins de semana dos últimos dez meses, todo o trabalho valeu a pena. O que mais nos impulsionou durante esse tempo foi, antes de tudo, o tema. Desde o início, nos sentimos honrados em falar sobre a vida de um tipo de profissional tão batalhador e tão importante para a economia de nosso país.

O aprendizado que tivemos durante a elaboração do projeto também foi imenso, não só profissionalmente, mas também na convivência diária com as mesmas pessoas. Aprendemos a conviver com os defeitos e manias de cada um, mas descobrimos dentro de nós a força e a garra necessárias para enfrentarmos todas as dificuldades e completarmos o nosso trabalho da melhor maneira que conseguimos.

Conviver com pessoas tão diferentes da nossa rotina de vida também foi bastante gratificante. Afinal, como um dos entrevistados disse, ser caminhoneiro para esses profissionais “é uma realização”, e esse sentimento com certeza é uma lição de vida para todas as pessoas, não só para aquelas que trabalham no meio.

Por fim, podemos dizer que fechamos os quatro longos anos de curso da maneira que sempre desejamos, ou seja, com a sensação de ter aproveitado o máximo possível do conhecimento passado pelos professores e da experiência prática que tivemos na profissão.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- HELVÉCIA, Heloísa. Olhar itinerante. São Paulo: Editora Mandarim; 2006. 96p.
- NOEL, Francisco Luiz. Por onde andamos: um relato das viagens dos caminhoneiros pelo Brasil. Rio de Janeiro: Editora Desiderata; 2006. 175p
- VILAÇA, Marcos Vinícios. Em torno da sociologia do caminhão. 2ªed. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro; 1969. 103p.
- PARADA, Marcelo. Rádio: 24 horas de Jornalismo. São Paulo: Pan Books; 2000. 141p.
- KOLLER, Silvia. O perfil do caminhoneiro no Brasil. Instituto WCF Brasil. Outubro a Dezembro de 2004; 1-20.
- ANNT. Perfil do Estradeiro 2005. Dezembro de 2005; Amostra 401: 1-7.
- Estadão On Line. "Carga Pesada" volta ao ar após 22 anos. . O Estado de São Paulo. 29 de Abril de 2003.
- Estadão On Line. Caminhoneiros condenam "Carga Pesada". O Estado de São Paulo. 30 de Setembro de 2003.
- Estadão On Line. "Carga Pesada" volta com novos autores e atores. O Estado de São Paulo. 22 de Março de 2004.
- VIANA, Geraldo. O mito do rodoviarismo brasileiro. 2ªed. São Paulo: NTC&Logística; 2007. 72p.
- ALMEIDA, Mauro de. Filosofia dos pára-choques. 4ªed. Rio de Janeiro: AC Fernandes Editor; 1974. 118p.
- NICODELIS, Giselda Laporta. Na boléia de um caminhão. 4ªed. São Paulo: Editora Moderna; 1984. 96p.
- POSSAMAI, Pe. Osmar João. A história dos caminhoneiros de São Marcos/RS. Porto Alegre: Editora EST; 2007. 404p.
- TEIXEIRA, Mônica La Porte. Acidentes e doenças do trabalho de profissionais do setor transporte: análise dos motoristas no Estado de São Paulo, 1997 a 1999 [dissertação]. São Paulo: Universidade de São Paulo. Faculdade de Saúde Pública; 2005. 115f.
- NASCIMENTO, Evania. Desenvolvimento de pesquisa-ação com caminhoneiros de estrada: trabalhando na problematização as questões voltadas à sexualidade,



- DST/Aids e drogas [tese de doutorado]. Ribeirão Preto: Universidade de São Paulo. Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto; 2003. 229f.
- PADULA, Flávio Renato de Góes. Contribuição à análise de especificações de componentes de rodovias e melhoria de qualidade de viagens [tese de doutorado]. São Carlos: Universidade de São Paulo. Escola de Engenharia de São Carlos; 2002. 126f.
  - MEZGRAVIS, Pedro. Os Chapas e o seu papel no meio técnico-científico-informacional e na logística dos transportes no Brasil [tese de mestrado]. São Paulo: Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. 2006. 200f.
  - PORCHAT, Maria Elisa. Manual de radiojornalismo Jovem Pan. 3ªed. São Paulo: Ática; 1989. 202p.
  - AMARAL, Luiz. Jornalismo: matéria de primeira página. 4ªed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; 1986. 234p.
  - ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus; 1985. 117p. (Novas Buscas em Comunicação).
  - PRADO, Emílio. Estrutura da Informação Radiofônica. 2ªed. São Paulo: Summus; 1985. 101p. (Novas Buscas em Comunicação, 31).
  - KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. Técnicas de Redação Radiofônica. Porto Alegre; 1992. 95p.
  - CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. Radiojornalismo. São Paulo: Summus; 1998. 192p.
  - BARBEIRO, Heródoto. Manual de Radiojornalismo: Produção, ética e internet. Rio de Janeiro: Campus; 2001. 185p.
  - FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra-de Luzzato; 2001. 375p.
  - JUNG, Milton. Jornalismo de rádio. São Paulo: Contexto; 2004. 156p.