

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

**CENTRO DE LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA  
DOUTORADO EM MÚSICA**

**ENTRE FALA, CANTO E GRITO: OS PREGÕES DO CENTRO DE NITERÓI.**

**CHRISTIANE REIS DIAS VILLELA ASSANO**

**RIO DE JANEIRO, 2007**

# ENTRE FALA, CANTO E GRITO: OS PREGÕES DO CENTRO DE NITERÓI.

por

CHRISTIANE REIS DIAS VILLELA ASSANO

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Música do Centro de Letras e Artes da UNIRIO, como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor, sob a orientação da Professora Dra. Elizabeth Travassos Lins.

RIO DE JANEIRO, 2007

## DEDICATÓRIA

A Alexandre e Leticia, que me ajudaram a compreender que  
“vida é fazer todo sonho brilhar”

## AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio e pelo carinho, especialmente ao meu marido, pelo apoio emocional e “tecnológico”!

À Elizabeth Travassos, minha orientadora, pelo compromisso, respeito, seriedade e, sobretudo, pela paciência nas orientações *on-line*.

Aos professores do PPGM e de outras Instituições, especialmente aos que se dispuseram a trocar idéias e sugerir mudanças nos Ensaio e na Qualificação.

Aos funcionários do PPGM, especialmente ao Sr. Aristides e à Luciana, pela grande ajuda.

Aos colegas de turma, especialmente a Sara Cohen e Cláudia Azevedo, com quem permaneci em contato apesar da mudança para Brasília. Também agradeço ao Márcio Pereira, pela ajuda nas ferramentas tecnológicas.

Ao GRUPALFA da Universidade Federal Fluminense, Grupo de Pesquisa coordenado por minha orientadora no Curso de Mestrado – Regina Leite Garcia - e formado por professoras muito especiais, que me ajudaram a ver e olhar o mundo de forma mais complexa, na contramão das “correntezas” acadêmicas.

Aos colegas de trabalho do CETEP Barreto, especialmente à Elaine Aderne, Flávio Maciel e Valéria Bertoche que, na função de coordenação, deram todo o auxílio necessário para que eu pudesse realizar os estudos de Doutorado com tranquilidade. Ainda, agradeço imensamente ao colega de trabalho, José Adonias Neto, pelas revisões ortográficas e pela ajuda na leitura dos textos.

Aos meus queridos alunos, com quem sempre travei um diálogo profícuo e interessante, especialmente à querida Irma, já desencarnada.

A Joan Gabarre, pela preciosa ajuda vinda de Brest.

A todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho.

## TRÊS COISAS

Três coisas pra mim no mundo valem bem mais do que o resto  
Pra defender qualquer delas eu mostro o quanto presto  
É o gesto, é o grito, é o passo  
É o grito, é o passo, é o gesto

O gesto é a voz do proibido escrita sem deixar traço  
Chama, ordena, empurra, assusta  
Vai longe com pouco espaço  
É o passo, é o gesto, é o grito  
É o gesto, é o grito, é o passo

O passo começa um vôo que vai do chão pro infinito  
Pra mim que é uma estrada aberta quem prende o passo é o maldito  
É o grito, é o passo, é o gesto,  
É o passo, é o gesto, é o grito

O grito explode o protesto se a boca já não dá espaço que guarde o que é para ser dito  
É o grito, é o passo, é o gesto,  
É o gesto, é o grito, é o passo  
É o passo, é o gesto, é o grito

Mário Lago\*

---

\* “Som da Aura com voz” – Retirado do *Compact Disc Festa dos Deuses*, de Hermeto Pascoal e Grupo. Gravado nos estúdios Polygram, no Rio de Janeiro, em 1992.

ASSANO, Christiane Reis Dias Villela. *Entre fala, canto e grito: os pregões do centro de Niterói*. 2007. Tese (Doutorado em Música) – Programa de Pós-Graduação em Música, Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

## RESUMO

Esta pesquisa trata de práticas musicais que há muitos séculos habitam bocas das mais diversas origens: os chamados “pregões”. Trata-se de práticas predominantemente urbanas em que um vendedor apregoa seus produtos ou oferece seus serviços por meio de um anúncio sonoro, provocando reações nos passantes que, muitas vezes, as consideram “gritos” que incomodam, como revelou um *survey* da historiografia europeia e brasileira. Tendo como base os conceitos de Murray Schafer (paisagem sonora, escuta), Paul Zumthor (movência) e Richard Bauman (performance), realizei uma etnografia no Centro da cidade de Niterói (RJ) entre os anos de 2004 e 2006. Modos de escutar a cidade, características da paisagem sonora citadina e reações dos vendedores ao meio acústico são algumas das questões tratadas na pesquisa. Finalmente, a partir dos registros sonoros realizados em campo, alguns dos quais constam nos CDs anexos a esta tese, foram realizadas transcrições e análises do material coletado. Elas revelam o aproveitamento das “inflexões entoativas da fala cotidiana” (Luiz Tatit) na composição dos pregões.

Palavras-chave: Pregões – Paisagem sonora – Escuta

ASSANO, Christiane Reis Dias Villela. *Between speech, song and cry: the street cries in Niterói Downtown*. 2007. Doctor Thesis (Doutorado em Música) – Programa de Pós-Graduação em Música, Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

## ABSTRACT

This research deals with the so-called “street cries”, musical practices that have inhabited, for many centuries, mouths of different origins. A salesperson, mainly in an urban setting, cries out his products or offers his services through a “sonorous announcement”, drawing attention to his wares. Passers often consider the “cries” annoying, as revealed in a survey of the European and Brazilian historiographies. The concepts of Murray Schafer (soundscape, listening), Paul Zumthor (“movência”) and Richard Bauman (performance) are the theoretical basis for this ethnography of the street cries in Niterói Downtown (RJ) between 2004 and 2006. The ways of listening to the city, the features of the soundscapes and the reactions of the vendors to the acoustic environment are some of the issues discussed in this thesis. Finally, the recordings made during the fieldwork (some of them included in the two CDs attached to this volume) were transcribed. The analysis revealed the use of the “intonative inflexions of the common speech” (Tatit, 2004) in the composition of the street cries.

Keywords: Street cries – *Soundscape* – Listening

ASSANO, Christiane Reis Dias Villela. *Entre la parole, le chant et le cris: les cris de la rue au Centre de Niterói*. 2007. Thesis (Doutorado em Música) – Programa de Pós-Graduação em Música, Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

## RESUMÉ

Cette recherche vise à analyser les “cris de la rue”, pratiques musicales qui, depuis longtemps, habitent les lèvres de diverses origines. Il s’agit de pratiques urbaines où un vendeur crie ses produits ou offre ses services par des annonces sonores, qui provoquent des réactions chez les passants, qui les considèrent comme des “cris” qui dérangent, comme l’a révélé une étude de l’historiographie européenne et brésilienne. Les concepts de Murray Schafer (paysage sonore, écoute), Paul Zumthor (mouvance), et Richard Bauman (performance) constituent les fondements théoriques de cette ethnographie des cris de la rue au Centre de Niterói (RJ) entre 2004 et 2006. Les façons d’écouter la cité, les caractéristiques des paysages sonores et les réactions des vendeurs au milieu acoustique figurent parmi les questions abordées dans la thèse. Finalement, des enregistrements sonores effectués pendant la recherche sur le terrain (certains figurant sur les deux CD joints à cet ouvrage) ont été transcrits. Les analyses ont révélé l’utilisation “d’inflexions intonatives du discours ordinaire” (Luiz Tatit) dans la composition des cris de la rue.

Keywords: Les cris de la rue - Paysage sonore – Écoute

## SUMÁRIO

	Página
LISTA DE FIGURAS .....	ix
INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO 1- SOBRE PREGÕES.....	9
1.1 Sobre mulheres, ervas miraculosas e ratos: uma introdução ao universo sonoro das ruas e dos vendedores que nela circulam	
1.2 Pregões: gritos, música ou ruído?	
CAPÍTULO 2 - A ESCUTA DE PREGÕES NA CIDADE.....	46
2.1 Preâmbulo - O que se ouve - ou escuta - nas ruas: a “paisagem sonora” urbana	
2.2 Os pregões na “paisagem sonora” niteroiense: uma etnografia	
2.2.1 A voz, o grito e o gesto: sobre a performance dos pregoeiros	
2.3 É um real	
2.3.1 Vai aí madame? - Sobre as chaves de performance	
2.3.2 Na cidade, nem tudo é um real...	
2.3.3 Sobre suportes e pregões	
2.3.4 Dá bola	
2.3.5 Falsos leões	
2.3.6 Vendedores de ocasião	
2.3.7 Movência	
CAPÍTULO 3 - PREGÕES: PROBLEMAS DE TRANSCRIÇÃO.....	113
3.1 Sobre transcrição	
3.2 Notação dos pregões	
3.3 Recursos utilizados nos pregões	
3.4 Variações: “Se acho enjoado, invento coisa nova”	
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	153

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162
ANEXO A.....	167
ANEXO B.....	209

## LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - *O vendedor de vinagre* (Abraham Bosse)
- Figura 2 - *O vendedor de vinagre* (Michel Poisson)
- Figura 3 - *O vendedor de vinagre* (François Boucher)
- Figura 4 - *O vendedor de vinagre* (Pierre Brebiette)
- Figura 5 - *O vendedor de veneno de ratos* (Abraham Bosse)
- Figura 6 - *O vendedor de veneno de ratos* (Bouchardon)
- Figura 7 - *Vendedor de perus*
- Figura 8 - *O leiteiro e sua vaca*
- Figura 9 - *Baleiro*
- Figura 10 - *The Enraged Musician* (William Hogarth)
- Figura 11 - *Pregões* (Mário de Andrade)
- Figura 12 - *Pregões* (Mário de Andrade)
- Figura 13 - Linha contínua
- Figura 14 - Mapa do Centro de Niterói
- Figura 15 - Rua Almirante Teffé
- Figura 16 - Mapa do Campo de São Bento
- Figura 17 - Batman
- Figura 18 - Vendedora de Lagartixas
- Figura 19 - Vendedor de amendoim
- Figura 20 - Rua Almirante Teffé
- Figura 21 - Homem das Pilhas
- Figura 22 - Rapa

Figura 23 - Rapa

Figura 24 – Rapa

Figura 25 - Vendedor de Super Bonder

Figura 26 - Os pregões de Paris com acompanhamento musical – desenhados por Vathier e litografados por E. Engelmann (1822)

Figura 27 - Capa do mapa sonoro da aluna Priscila

Figura 28 - Descrição do mapa sonoro realizado pela aluna Priscila

Figura 29 - Mapa sonoro (Priscila)

Figura 30 - Legenda 1 – Mapa sonoro (Priscila)

Figura 31 - Legenda 2 – Mapa sonoro (Priscila)

Figura 32 – Mapa sonoro (Monique)

Figura 33 – Legenda – Mapa sonoro (Monique)

## INTRODUÇÃO

A história de Edward, um menino de oito anos que, cansado das aulas de música, adormece e vivencia uma história à procura de “sons mágicos”, parece bastante apropriada para iniciar esta pesquisa. Se convido Schafer (1991) a tomar a palavra com a “orquestra mágica de Edward”, é porque sua presença neste trabalho é essencial.

Conta Schafer que, ao “sonhar acordado” durante uma aula em que Miss Chirp apresentava os instrumentos musicais e seus sons, Edward se transportou para um vasto campo em plena noite e avistou um velhinho, próximo a uma colina, que, de olhos fechados e cabeça inclinada, parecia ouvir algo. Mas, como Ed nada ouvia, surpreendeu-se pelo pedido de silêncio do velhinho, que queria ouvir melhor as “estrelas se banhando n’água”. E como não conseguia escutar, Ed seguiu os conselhos do homem, que o mandou tapar os ouvidos com seus dedos e, contando até dez, inspirar e deixar o ar sair devagarzinho... para ouvir. Mas nada ouvia.

Ao anunciar que Ed poderia tentar uma outra vez, o velhinho acrescentou: “Você precisa estar no lugar certo e na hora certa. Antes de tudo, precisa encontrar o LUGAR DE OUVIR (...) E você precisa saber como trazer esses sons para perto, de modo que consiga ouvi-los” (Schafer, *op. cit.* p.387, grifo do autor).

Ed queria saber onde seria o tal “lugar de ouvir”. Mas o velhinho, que saía apressado para ouvir um trovão, apenas dizia que o “lugar de ouvir” dependia de cada um. Ed também ouviu o “trovão”, na voz de sua professora, ao ser por ela acordado. Ao relatar a história a seus amigos, todos tentaram ouvir as estrelas se banhando, mas Ed lembrou-se que a escola poderia não ser o melhor “lugar de ouvir”. A professora de música, então, solicitou a todos que, naquela noite, tentassem achar o “lugar de ouvir” em suas casas.

Ed procurou por muito tempo ouvir as estrelas se banhando na água, mas a procura parecia infrutífera. Contudo, na procura do “lugar de ouvir”, pôde perceber sons ainda não escutados: sons da sua casa, sons de seu pai folheando o jornal, sons de sua mãe lavando a louça, sons da geladeira, sons da rua, de ônibus, de carros, sons que ele mesmo produzia ao arrumar sua cama, entre tantos outros. Após algum tempo, Ed conseguiu ouvir “um tilintar muito fraquinho, que parecia estar sobre ele, e bem longe, lá em cima”, um som que vinha de muito longe e se tornava cada vez mais intenso, “como se fossem muitas bolhinhas borbulhando na cachoeira, ou papel celofane sendo amassado, ou ainda como o som do gás de um copo de refrigerante quando se põe o ouvido bem perto” (*op. cit.*, p. 389).

No dia seguinte, na escola, muitos amigos também relataram suas experiências sobre a procura do “lugar de ouvir” e do som das estrelas se banhando n’água. Alguns acharam o “lugar de ouvir”, outros relataram que ouviram as estrelas se banhando.

Na procura do “lugar de ouvir”, muitos puderam escutar uma “música extraordinária” e exercitaram suas maneiras de ouvir o mundo, pois encontrar o “lugar de ouvir” depende da história de cada um, seu contexto, a cultura em que vive. Depende também das histórias e experiências pessoais que permitem construir não somente um lugar, mas um caminho, uma trajetória de escuta, conforme a história de Edward me fez refletir.

Foi pensando justamente nessas trajetórias de escuta, que cada sujeito pode construir, nas tentativas de se achar um “lugar de ouvir”, que iniciei esta pesquisa. Uma pesquisa que nasceu de um incômodo.

Como professora de educação musical, incomodava-me a separação tão marcada entre conteúdos legitimados e desvalorizados dentro das escolas. Incomodava-me o discurso tão conhecido - muitas vezes, tão pouco praticado nas escolas, sobre “trabalhar com a realidade do aluno”. Incomodava-me a enorme distância entre discursos e práticas dentro das escolas. Aliás, ainda me incomoda.

Como professora que investiga sua prática (Garcia, 1996), tenho questionado, principalmente, como vai se dando a alfabetização musical de meus alunos e alunas quando o que eles trazem de suas vivências musicais se torna valorizado, quando seu universo cultural (e o meu, naturalmente) é ampliado de forma que não só eles compreendam os movimentos sonoros e os ambientes sonoros que os cercam, mas, também, de forma que eles possam ter acesso à leitura e à escrita críticas da música, bem como tenham a chance de experimentar a criação.

Na contramão da valorização dos conhecimentos trazidos pelos alunos, há cenas cotidianas nas escolas de música que insistem em trilhar caminhos ultrapassados. Penna (1994) traz algumas em seu artigo, citando cenas de aprendizes que “catam” as teclas com olhos presos à partitura; que tocam de ouvido num espaço em que a partitura tem mais valor; que realizam exercícios de harmonia sem, sequer, experimentarem por meio da escuta o que seu lápis desenha no caderno pautado – cenas infelizmente ainda freqüentes.

Sabemos hoje que há percursos mais democráticos, que estão sendo explorados dentro das escolas de música. Sabemos que há, também, muitos professores e professoras derrubando fronteiras demarcadas nos muros escolares. Por caminhos paralelos a esses, Paulo Freire (1988) pôde nos deixar uma obra notável, que, entre tantas contribuições, realizou profunda crítica ao aprendizado mecânico da leitura e da escrita.

Se “a leitura do mundo precede a leitura da palavra”, conforme anuncia Freire, pode-se, também, afirmar que a leitura do mundo sonoro precede a leitura das “palavras” musicais. A aprendizagem da “palavramundo” é essencial, diz Freire. Também o é a aprendizagem e a escuta da musicamundo <sup>1</sup>.

Valorizar as diferentes formas de escutar o mundo - valorizar as experiências sonoras com as quais os alunos travaram contato antes de ingressar na escola de música - é investir

---

<sup>1</sup> Tomo de empréstimo o termo palavramundo para criar este neologismo.

numa prática que possa potencializar e não, excluir; é compreender que o aluno ou aluna que chega à escola de música para “aprender” música, já vem se alfabetizando no mundo em que vive, sendo, portanto, um retrocesso realizar uma “ruptura com a ‘leitura’ do mundo” (Freire, *op. cit.*, p. 15-16).

Na tentativa de mergulhar na escuta da “musicamundo”, eu e meus alunos esbarramos em algumas questões cruciais em nossa caminhada. Uma delas se referia à escuta crítica do cotidiano e, conseqüentemente, à introdução de músicas novas dentro do espaço escolar. Passamos, então, a trabalhar de forma a reaprender a escutar e caminhamos, para além dos muros escolares, para escutar o que fazia parte de nossas vidas de forma marcante: a cidade.

Os saberes das ruas, suas músicas cotidianas, adentraram nossas aulas de forma tímida, até que a frase de um aluno, Alessandro, despertou em nós todos a importância de derrubar algumas muralhas do terreno musical: em uma de suas pesquisas nas ruas da cidade, Alessandro escutou um vendedor ambulante que assim apregoava:

Eu não sei falar  
Não sei vender  
Só sei latir  
Halls, halls, halls<sup>2</sup>  
Três por 1 real

Embora não possa recuperar aqui a performance do vendedor de balas, vejo que estas músicas lançadas aos passantes das ruas vêm contribuindo para a formação musical de nossos alunos e, portanto, não podem ser ignoradas pela escola. E se “a leitura/escuta do mundo precede a leitura da notação musical”, as vivências musicais das ruas e seus itinerários sonoros em permanente reconstrução nas cidades são condições para uma prática comprometida com a não exclusão dos alunos que ingressam nas escolas de música. São condições, também, para que todos os alunos possam buscar livremente o seu “lugar de ouvir”.

---

<sup>2</sup> O trecho era pronunciado como um latido de cachorro.

Músicas sobre cotonetes, pilhas, gás, relógios, entre tantos outros produtos, circulam nas bocas de homens e mulheres das cidades que, na luta diária pela sobrevivência, produzem uma reinvenção permanente do encontro entre a música e a palavra. É pela sedução que esses vendedores ambulantes norteiam suas performances, num ambiente rico e saturado de informações sonoras, embora suas músicas nem sempre sejam escutadas por pesquisadores, tal como reflete a escassez de trabalhos sobre o assunto do ponto de vista musical.

Compostas por sons, gestos, passos, “gritos”, vestimentas, entre outros elementos, essas músicas lançadas aos passantes são conhecidas como pregões. Seus gestos são revelados pelo brilho do olhar, pelo movimento dos corpos, marcando uma coreografia silenciosa que envolve passantes e vendedores. Seus passos são dados por passantes apressados ou lentos, ruidosos ou silenciosos, descuidados e distraídos, muitas vezes, formando uma “dança” urbana jamais antes vista. Seus elementos musicais se compõem de uma grande mistura de gritos, murmúrios, risos, cantos, buzinas, freadas, envolvendo “melodias” e “acompanhamentos” inusitados, que se harmonizam na grande composição musical que a cidade apresenta.

Dentro dessa grande composição, esta pesquisa pretende realçar as sonoridades das músicas citadinas, tendo como seu universo a cidade de Niterói – RJ e focalizando a atividade dos pregoeiros que investem na sedução do passante indiferente que circula pela cidade - homens e mulheres que do “grito” sobrevivem, vendendo ou comprando algo, com seus pregões fabulosos.

No Capítulo I, intitulado “Sobre pregões”, é realizada uma rápida consulta à historiografia sonora das ruas francesas (parisienses, sobretudo), inglesas e cariocas, nas quais os personagens principais são vendedores, compradores ou “gritadores”, que de tudo anunciam, até mesmo a venda de esposas. Trata-se de uma rápida “viagem”, que pretende

mostrar a importância desses personagens e seus anúncios na vida cotidiana – “a primeira forma - oral - da publicidade”, como afirma Massin (1985). Trata-se de uma história antiga, em que o que se pode recuperar são apenas fragmentos de uma vida sonora pouco documentada. Não por acaso, as primeiras representações conhecidas de vendedores ambulantes acompanhadas de pregões escritos surge, somente, por volta de 1500, conforme relata Massin (*op. cit.*).

Com base nos trabalhos de historiadores como Thompson, de filósofos como Bakhtin e de artistas que desenharam ou gravaram imagens de vendedores ambulantes entre os séculos XV e XX, nesse capítulo procuro traçar o percurso de alguns tipos de vendas e compras, revelando que o hábito de apregoar acompanha, há muito, o cotidiano de homens e mulheres, mostrando que o pregão é um importante elo de ligação entre vendedores, passantes e habitantes das cidades e que atravessa ambientes sonoros de diferentes épocas.

Ainda no Capítulo I, dando continuidade a um primeiro contato com o tema, uma revisão bibliográfica é realizada, abarcando problemas quanto à rareza de pesquisas musicais, bem como sobre a oscilação do termo pregão entre classificações diferentes.

O Capítulo II é introduzido com algumas percepções iniciais sobre a escuta e que tipos de escuta a contemporaneidade inventou ou reinventou, tendo em vista que, com a Revolução Industrial, novos sons foram introduzidos na composição dos sons urbanos. Após este preâmbulo, tem início a etnografia realizada na cidade de Niterói entre 2004 e 2006, em diálogo com situações experimentadas na cidade de Brasília, entre 2005 e 2006. Como base teórica para a pesquisa, o trio Schafer, Zumthor e Bauman se entrelaça. Murray Schafer, por ser fundamental para uma pesquisa que tem como base o estudo da “paisagem sonora”- neologismo por ele criado para explicar o ambiente sonoro que nos cerca. Zumthor e Bauman por serem fundamentais para a construção da etnografia, pois ambos tratam de performance, fornecendo elementos que possibilitam um diálogo entre o que foi vivenciado no campo e a

teoria, colocando esta última em movimento a serviço do entendimento do que é vivido na experiência. Conceitos-chave, como “performance”, “chaves de performance” e “movência” são tratados e entretecidos com a realidade vivenciada nas visitas ao campo.

Com auxílio de autores como Janice Caiafa, José Ramos Tinhorão, Victor Fournel, Anahid Kassabian, Leonard Meyer, entre outros, de relatos de jornais e de diálogos realizados em sala de aula com meus alunos – que ajudaram-me a escutar o entorno sonoro da contemporaneidade -, pretendo abordar e revelar minhas percepções acerca de questões tais como os produtos vendidos pelos vendedores, a forma de apregoá-los, o contexto em que apregoam, suas performances, suas formas de seduzir o passante, bem como sua visão da força de um pregão.

No Capítulo III trato das dificuldades de transcrição musical dos pregões, bem como das limitações da notação musical convencional. Uma análise das transcrições dos pregões será realizada, tendo como base alguns conceitos de Tatit (2004), bem como um código de sinais criado especificamente para a transcrição dos pregões.

Por fim, algumas considerações sobre o que foi tratado no trabalho. Artigos de jornais sobre o assunto, opiniões de leitores de jornais sobre os pregões também são expostos nesta parte do trabalho. Além disso, destacam-se reflexões sobre a pesquisa das músicas citadinas e a pesquisa de pregões, ressaltando-se que estas pesquisas devem instigar a constante procura do “lugar de ouvir” ou dos “lugares de ouvir”, em que se escutam os sons do corpo e o corpo dos sons, o gesto sonoro e os silêncios dos gestos; em que se chama a atenção para a percepção de um espetáculo, que está sempre ali, bem na rua, à espera de seu público.

Ainda, destaca-se que, na procura do lugar de ouvir, cada passante que desejar “escutar” estas músicas citadinas irá recriar o vivido a partir de seu próprio lugar, com todas as limitações e possibilidades que possa este lugar ter, pois, como mostrarei nesta pesquisa, a paisagem é única, modificada a cada instante, sonorizada de maneiras diversas por

vendedores, pedestres, máquinas e parafernalias. E, como sabedor dessas possibilidades, o vendedor vai também recriar o seu pregão segundo os olhares e atenções que recebe dos passantes.

É nessa reconstrução contínua que permaneço, à procura do meu lugar de ouvir, consciente de que este lugar está sempre condicionado às minhas interpretações, vivências e leituras do mundo.

## CAPÍTULO 1 - SOBRE PREGÕES

### 1.1 – SOBRE MULHERES, ERVAS MIRACULOSAS E RATOS: UMA INTRODUÇÃO AO UNIVERSO SONORO DAS RUAS E DOS VENDEDORES QUE NELA CIRCULAM

Mulheres, ervas que curam sífilis, compradores de ratos – de tudo já se vendeu e comprou nas ruas. Mergulhar neste cotidiano rico e inusitado do passado significa escavar uma história não-oficial, que se fazia em meio à rua, às feiras e aos mercados. Significa penetrar num mundo que se torna visível à medida que vasculhamos algumas obras literárias, pinturas, gravuras e crônicas de jornais.

São relatos miúdos, mas que anunciam a intensidade dos “gritos” lançados exaustivamente nas cidades, em suas praças públicas, por mercadores dos mais diferentes produtos. São mercados e feiras povoados de vozes que falam, riem, cantam, lançam pregões, choram, gracejam, contrastam com uma atmosfera sonora povoada também por sons da natureza.

Como evidencia o número de pesquisas difundidas em meio acadêmico no Brasil sobre “pregões”, trata-se de um tema raro. Em contraste com esta rareza, sua presença no cotidiano de homens e mulheres ao longo da história revela-se marcante. Tipos variados de relatos e registros comprovam sua importância na vida comum.

Embora esta pesquisa não tenha como rumo principal a história dos pregões, cabe ressaltar a importância que essas músicas das ruas tiveram no cotidiano, fosse com a venda de produtos a domicílio, fosse com um vendedor que, abrindo um tipo de mesa, muitas vezes decoradas, onde se podia até mesmo jogar cartas, alojava-se em alguma esquina para anunciar suas mercadorias, como revela Fournel (2003) em sua análise sobre *Les cris de Paris*.

O historiador E. P. Thompson (1998), por exemplo, baseou-se sobretudo em registros de jornais para realizar pesquisa sobre um tipo de venda, no mínimo, inusitada: a venda de esposas. Na Inglaterra dos séculos XVIII e XIX, esta era uma prática difundida entre as

classes sociais menos favorecidas. Como historiador cuidadoso, sua pesquisa minuciosa traz a análise desta prática de venda, a partir de 215 casos ocorridos entre os anos de 1760 e 1880, na verdade, um tipo de “divórcio consentido”, onde a participação do público, fosse com vaias, gritos ou aplausos, era esperada. Tratava-se de homens com ocupações variadas – geralmente provenientes dos “estratos mais inferiores dos trabalhadores, especialmente nas zonas rurais mais afastadas” (Thompson, *op.cit.*, p. 312) -, que vendiam suas esposas em praça pública, na taverna, na feira ou no cais, embora o cenário preferido fosse mesmo o mercado.

E qual seria a relação da venda de esposas com o tema desta pesquisa?

É o próprio historiador quem revela: antes da venda, muitas vezes “o apregoador ou o sineiro da cidade” espalhava a notícia. O anúncio – a publicidade –, geralmente feito em voz alta, era uma característica essencial neste tipo de negócio. Assim, o “objeto” a ser vendido – a mulher – era laçado no pescoço ou na cintura e então um leilão se seguia até que um comprador – quase sempre já conhecido por ser um amante da vítima ou mesmo um parente – arrematava a “mercadoria”.

Segundo Thompson, os registros variavam no tom e na forma com que se descrevia a cena nos jornais, conforme revelam os exemplos abaixo:

Na terça-feira, 25 de fevereiro, um certo Hudson levou a sua mulher para o mercado de Stafford e vendeu-a em leilão público, depois de muitas ofertas, por cinco xelins e cinco pence (Thompson, 1998, p. 314).

Segunda-feira passada, Jonathan Heard, jardineiro em Witham, vendeu sua mulher e o filho, uma ave e onze porcos, por seis guinéus, para um assentador de tijolos da mesma localidade. Hoje ele os pediu de volta e os recebeu de braços abertos no meio de uma enorme multidão. Os mais bem informados acham que o assentador de tijolos fez um péssimo negócio (Thompson, *op. cit.*, p. 314).

Na quarta-feira (...), o apregoador anunciou que a esposa de Geo.Wray, de Barrow (...), seria leiloada na praça do mercado de Barton às onze horas; (...) pontualmente na hora marcada o comerciante apareceu com a dama, esta tendo uma corda nova atada ao redor da cintura. Entre os gritos dos espectadores, o artigo foi posto em leilão e (...) arrematado por Wm. Harwood, barqueiro, pela soma de um xelim, com

devolução de três meio pence ‘para dar sorte’. Harwood saiu de braços dados com sua sorridente aquisição, tão tranquilo como se tivesse comprado um novo casaco ou chapéu (Thompson, *op. cit.*, p. 315).

Outros tipos de vendas “pitorescas” foram narradas em obras literárias. Muitas vezes, o produto era vendido por prometer alguma vantagem ao comprador, como, por exemplo, a venda de “ervas miraculosas” para “aumentar a potência sexual”.

Mikhail Bakhtin (1993), em sua análise preciosa sobre o “vocabulário da praça pública” resgatado nas obras de François Rabelais, descreve vendas deste tipo, bem como a atmosfera sonora da praça pública, habitada por “grosserias blasfematórias”, injúrias, juramentos que “profanam coisas sagradas”, pregões, reclames e expressões verbais consideradas proibidas. A partir de sua análise, Bakhtin procura ressaltar a visão de mundo cômica, “não-oficial” que predominava nas festas populares medievais, que se contrapunha à seriedade do mundo “oficial” da Igreja.

Como assinala Bakhtin, há muitos trechos na obra rabelaisiana que podem ser considerados autobiográficos. Rabelais frequentou muitas feiras na França<sup>3</sup>, juntamente com ciganos, atores, vendedores ambulantes e “diferentes elementos desclassificados”, e, em sua obra, um universo de risos e de ambivalência predominante nas festas populares parece emergir.

No Prólogo de *Pantagruel*, por exemplo, estão presentes grosserias, pregões de “vendedores de livros de quatro centavos” e de remédios miraculosos. Há receitas para “dor de dente”, “receitas paródicas para livrar as dores dos sífilíticos e dos gotosos”, todas trazidas pelo charlatão de feira, geralmente também comediante de rua (Bakhtin, *op. cit.*).

No Prólogo de *Gargantua*, segundo livro de Rabelais, o vendedor de feira trava diálogo com o público que o rodeia no tablado, referindo-se a várias drogas com virtudes curativas:

---

<sup>3</sup>Iniciou-se no mundo das feiras em *Fontenay-le-Comte*, quando ainda estudava com franciscanos. Frequentou também as feiras de *Niort* e *Saint-Maxent*, ambas na Província de *Poitou*, onde havia muitos espetáculos de rua. Ainda, a Feira de *Lyon*, famosa por seu papel na edição e publicação de livros foi também um importante lugar de publicação para Rabelais (Bakhtin, 1993).

vendedores que se revelam “grandes contadores de lorotas em material de histórias fantásticas” (Bakhtin, *op. cit.*, p.137).

É interessante destacar a forma brincalhona dos discursos que anunciam algum produto: em primeiro lugar há um elogio ao público, seguindo-se a esta abertura um discurso que foge às regras do mundo oficial e hierarquizado da Igreja medieval. Segundo Bakhtin,

As charlatanices de feira escaparam sempre aos imperativos da hierarquia e das convenções verbais (isto é, às formas verbais do comércio oficial), gozaram sempre dos privilégios do riso da rua. É preciso observar que a ‘propaganda popular’ foi sempre ‘brincalhona’ (...) ela ‘sempre gracejou de si mesma’ (...); na praça pública, a sedução da ganância e da esperteza tomavam um caráter irônico e semifranco. O riso ressoava sem cessar no ‘pregão’ da praça pública e da rua na Idade Média, com maior ou menor força (Bakhtin, *op. cit.*, p. 138).

O charlatão apregoava de maneira bufá a mercadoria, utilizando um vocabulário audaz, jamais considerado heresia. Segundo Bakhtin, “nesse prólogo, a palavra é o ‘pregão’, isto é o palavirão pronunciado no meio da multidão, saído da multidão e a ela dirigido” (*op. cit.*, p. 144). Portanto, o Prólogo de *Gargantua* revela uma conversa entre o vendedor de feira e seu público – uma conversa em que se pode perceber “o reclame ritmado que os mercadores apresentam na praça pública ou na rua” (Bakhtin, *op. cit.*, p. 147).

Considerando os pregões como “gênero verbal da praça pública”, Bakhtin menciona a importância dos “Pregões de Paris” para a obra de Rabelais, pela primeira vez coletados no século XIII, por Guillaume de Villeneuve e, mais tarde, no século XVI, recolhidos também pelo compositor Clément Jannequin<sup>4</sup>, segundo suas informações. Descreve-os como “o reclame que os mercadores da capital gritam em alta voz, dando-lhe uma forma rimada e rítmica; (...) uma quadra destinada a propor uma mercadoria e a louvar-lhe as qualidades” (Bakhtin, *op. cit.*, p. 156). Mostra a popularidade dos pregões de Paris e ressalta a importância do resgate desses pregões:

---

<sup>4</sup> Jannequin compôs *Les cris de Paris* no século XVI, utilizando vários pregões que circulavam pelas ruas: pregões de mostarda, de vinho branco, de leite, entre outros. Aliás, é possível verificar a inserção de pregões em muitas músicas (eruditas e populares). Contudo, este não é o objetivo desta pesquisa.

O papel dos *pregões de Paris* era imenso na vida da praça pública e da rua (...) Cada mercadoria (...) possuía o seu próprio vocabulário, a sua melodia, a sua entonação, isto é, a sua figura verbal e musical. A coletânea de Truquet (1545), *Os pregões de Paris inteiramente novos, e são em número de cento e sete*, permite observá-lo com grande clareza. Esses cento e sete pregões não eram, aliás, os únicos que se podiam ouvir num dia (...) todo reclame, sem exceção, era verbal e gritado em alta voz, mas também (...) todos os anúncios, decretos, ordenações, leis, etc., eram trazidos ao conhecimento do povo por via oral. Na vida cultural e cotidiana, o papel do som, da palavra sonora era muito maior do que hoje em dia, na época do rádio (...) (Bakhtin, *op. cit.*, p. 157, grifo do autor).

O que revela Bakhtin é a importância do som, da “palavra sonora” na praça pública e na rua. Massin (1985) também assinala a importância dos pregões como primeira forma de publicidade, sobretudo num tempo em que alguns poucos privilegiados tinham acesso à cultura letrada. Como Bakhtin, Massin ressalta também a utilização da “palavra sonora” por funcionários públicos para anunciar atos oficiais, convocações e reuniões, dentre outros assuntos.

Bakhtin trata, portanto, de uma “sinfonia incessante” (Fournel, 2003) existente nas ruas, das formas orais e sua influência na obra de Rabelais e na vida cotidiana.<sup>5</sup>

Dentre essas “palavras sonoras”, destacam-se os pregões e as referências diretas a eles na obra. Um exemplo é dado na passagem em que o Rei Arnache, após ser deposto, vai aprender com Panurge a apregoar “molho verde”. Como ressalta Bakhtin, o pregão não é citado nesta passagem em Rabelais, mas a coletânea de Truquet o cita dentre seus cento e sete pregões, ou seja, provavelmente este foi um dos pregões ouvidos por Rabelais nas feiras que freqüentava.

Bakhtin ressalta a importância dos pregões dos “mercadores de drogas medicinais”, citando também a obra de Rutebeuf, *Le Dit de l’Herberie*, em que aparecem as já citadas “ervas miraculosas”, que auxiliam na melhoria da potência sexual.

---

<sup>5</sup> A observação de Bakhtin sobre a decadência da importância da “palavra sonora” nos dias atuais será comentada posteriormente. Entretanto, é importante ressaltar que Bakhtin continua atual em suas discussões apesar de ter publicado a obra que venho citando em 1965.

Na procura deste texto do século XIII, pude encontrar a tradução da Parte I.<sup>6</sup> Segundo o tradutor, o monólogo “ridiculariza o charlatão que atribui às ervas poderes milagrosos”. O vendedor dialoga com o público e, após ressaltar as qualidades de seu produto, vende-o por um preço baixo, conforme revela o tradutor.

Respeitáveis senhores, que me dais ouvidos  
 Grandes e pequenos, jovens ou vividos  
 Vós fostes pela sorte favorecidos  
 Pois ireis, agora, a verdade encontrar  
 Sabendo que este médico não vos pode enganar  
 Uma vez que por vós mesmos podeis comprovar  
 O poder destas ervas antes do fim  
 Sem ruído, em silêncio, é bem assim...  
 (...)  
 Muitos mares em viagens eu já cruzei  
 E foi pela Moréia<sup>7</sup> que eu voltei  
 Foi lá que medicina eu estudei  
 E passei por Salerno<sup>8</sup>  
 (...)  
 Coletando estas plantas prodigiosas  
 Que curam as doenças mais dolorosas  
 Doenças passageiras ou teimosas  
 Fui consegui-las nas mais estranhas terras  
 Em vales perdidos, em ásperas serras  
 (...)  
 Estas preciosas pedras, por caminhos tortos  
 Vieram até vós de longínquos portos  
 E têm virtude até de levantar os mortos  
 Vede aqui estas ferritas  
 Diamantes, crispiritas  
 Grenázios, jagôncios e burlamitas<sup>9</sup>  
 Protegem contra cobra e cachorro louco  
 Coice de burro e, se acha pouco  
 A morte espantam, baratinho e ainda tem troco  
 E, dos quatro cantos do mundo, tem mais ainda  
 Ervas trazidas dos desertos da Índia  
 Da Riviera e da Lincoríndia  
 Esta é a mais rica e poderosa ervaria  
 Eu vo-lo garanto, por Santa Maria  
 Podeis confiar, eu vos enganaria?  
 Ervas que podem qualquer doença curar  
 Fazem o órgão do homem levantar  
 Enquanto o da mulher, fazem estreitar  
 Para quem quer ter uma vida sã  
 Toma hoje, cura amanhã

<sup>6</sup> LAUAND, Jean. *Teatro Medieval: 4 Sketches*.

Disponível em [www.hottoyos.com/videtur22/jean\\_teatro\\_mediev.htm#\\_ftnref24](http://www.hottoyos.com/videtur22/jean_teatro_mediev.htm#_ftnref24). Acesso em: 03 mai 2006.

<sup>7</sup> Em nota, o tradutor explica que Moréia era nome dado ao Peloponeso (península situada ao sul da Grécia), na Idade Média.

<sup>8</sup> Em nota, o tradutor explica que nesta cidade havia uma prestigiada Escola de Medicina.

<sup>9</sup> Segundo o tradutor, “o camelô joga com nomes imaginários e exóticos”.

Qualquer mazela, febre terçã  
 Este unguento milagroso de repente  
 Elimina a dor, mesmo dor de dente  
 Você aplica e logo alívio sente  
 E a receita eu não vou ocultar  
 Merda de marmota você vai misturar  
 Com folhas de sicômoro e ajuntar  
 Na medida certa, senão é diarréia  
 Raiz de salgueiro com gordura de lampréia

E um pouco de excremento de puta véia<sup>10</sup>  
 Basta um emplastro na bochecha aplicar  
 E os dentes com o suco você vai lavar  
 Durma um bocadinho e curado vai ficar  
 Sara o fígado, lesão, machucadura  
 Conserta osso, torcicolo e fratura  
 Pedra no rim, surdez... tudo cura  
 (O camelô, a partir de agora em prosa, prossegue gabando suas ervas e explica que não entrou no ramo por amor ao lucro, mas por sentimento humanitário e por ordem de sua dama etc.)”

A partir da tradução da obra de Ruteubeuf, podemos entender o que Bakhtin afirma quando se refere aos “poderes milagrosos” prometidos ao público, bem como à forma brincalhona por meio da qual se expressa o vendedor. Segundo o tradutor, um dos autores consultados - Chevallier, “chega a afirmar que *Le Dit de l’Herberie* é como uma fita gravada ao vivo no século XIII” (Lauand, *op. cit.*, p. 33).

Passagens como as reveladas por Bakhtin, a partir da obra de Rabelais, e de outros autores os quais cita, permitem-nos refletir sobre a obra literária e os reflexos da vida cotidiana nela contidos.

Registros como os acima citados podem nos auxiliar a “escutar” a presença de mercadores no passado da humanidade e a refletir sobre a importância do registro e da reconstrução da experiência cotidiana.

---

<sup>10</sup> Na nota 24, o tradutor afirma “Naturalmente, o original escolhe nomes de plantas e animais que rimem. No caso da folha de *plantain*, tanchagem, rima com *l’estront de la putain (bien ville)*).

### **Sobre mercados e imagens**

Historiadores da cultura popular, filósofos e até mesmo, cronistas interessaram-se por relatos e registros de pregões. Entretanto, se tomarmos como exemplo a relação entre o pequeno número de pesquisas e registros sobre o assunto, sobretudo do ponto de vista musical, e o número de vendedores que anunciavam seus produtos nas ruas numa cidade como Paris, por exemplo, entre os séculos XVII e XIX, essa relação está longe de ser razoável, embora muitos artistas renomados tenham se inspirado nas ruas para realizar suas obras. Como venho relatando, embora pouco considerados nas pesquisas musicais, sempre houve quem vendesse ou comprasse tipos variados de produtos em meio às ruas, fosse esta venda – ou compra – silenciosa ou acompanhada de algum tipo de anúncio sonoro.

Sempre houve também quem a registrasse em imagens.

No livro *Testemunha ocular*, o historiador Peter Burke trata dessas reconstruções da experiência cotidiana em forma de imagem. Por esta razão, é a ele a quem recorro para uma breve reflexão sobre a utilização da iconografia.

Burke (2004) nos informa sobre a riqueza das imagens, mas também sobre o perigo do uso inadequado de evidências deste tipo. Para Burke, ler imagens significa entendê-las como “evidência histórica”, e não como “fonte”. Cabe ressaltar a crítica que faz Burke ao termo: “os historiadores têm se referido aos seus documentos como ‘fontes’, como se eles estivessem enchendo baldes no riacho da Verdade, suas histórias tornando-se cada vez mais puras à medida que se aproximam das origens” (Burke, 2004, p. 16).

O autor relata, assim, a impossibilidade de se recuperar um passado “que não seja contaminado por intermediários” (*op. cit.*, p. 16) e, ao mesmo tempo, ressalta a importância de se tratar as imagens com cautela. Para ele, “imagens são testemunhas mudas” (p. 18) e, por

esta razão, precisam ser lidas criticamente. Podem se revelar “essenciais” ou “traíçoeras” (*op. cit.*, p. 37): é preciso saber “interrogá-las”, como diria um crítico de arte citado por Burke.<sup>11</sup>

Neste sentido, é possível afirmar que as imagens registram um ponto de vista entre tantos possíveis, e que corremos algum risco na tentativa de interpretá-las. Se uso algumas, é porque, para se “degustar” com os olhos, alguns artistas transformaram a vida dos mercadores em imagens como, por exemplo, o gravador francês Abraham Bosse (1604-1676).

A utilização de imagens como as produzidas por Bosse auxiliam no registro de “detalhes da cultura material que as pessoas na época teriam considerado como dados e deixado de mencionar em textos” (Burke, *op. cit.*, p. 120). Parece que muitas vezes este foi o caso dos pregões.

Embora esta pesquisa não tenha a pretensão de realizar um apanhado histórico dos artistas que registraram pregões, mantenho um olhar privilegiado sobre Abraham Bosse por várias razões. Em primeiro lugar, Bosse, que era gravador, arquiteto e pintor, registrou muitas cenas cotidianas em seus trabalhos, tratando de temas como casamentos, moda, religião e profissões, incluindo-se aí as gravuras dos chamados *petits métiers*. Padeiros, músicos de rua, bem como vendedores de rua não escaparam ao humor e à precisão com que Bosse registrava sua época. Trago-o também à discussão porque, além de ser parte de uma minoria protestante, Bosse brigou com a “Academia Real de Arte Francesa”, o que, segundo Burke, pode revelar que “a sua gravura tenha um significado de crítica moral e social” (Burke, *op. cit.*, p. 143). Entretanto, sua maior contribuição em relação aos pregões encontra-se no fato de que o artista não somente nos relata cenas cotidianas nos mínimos detalhes, como acrescenta palavras em seus trabalhos que auxiliam na leitura de suas imagens. Não por acaso suas gravuras continuam sendo utilizadas em manuais de história franceses até o século XX<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> John Ruskin (1819-1900)

<sup>12</sup> Segundo dados publicados durante uma exposição comemorativa, organizada em 2004 pela Biblioteca Nacional da França e pelo Museu de Belas Artes de *Tours*, sua terra natal, as gravuras de Bosse foram de tal

“O vendedor de vinagre” (fig.1)<sup>13</sup>, bem como outras obras de Bosse, possibilitam ao “leitor” a visão de detalhes interessantes sobre mercadores do século XVII. Tanto as imagens quanto as palavras utilizadas nas obras de Bosse podem fornecer pistas para o que pode um dia ter sido apreendido nas ruas.

Teriam sido estas palavras “pescadas” efetivamente nos gritos de rua?

Qualquer tipo de resposta seria, no mínimo, precipitada. Porém é possível afirmar que, de alguma forma, imagem e texto se complementam. Ao examinarmos o caso d’O vendedor de vinagres, por exemplo, verificamos que o mercador vende seu produto num carrinho de mão carregado com dois barris – onde, provavelmente, armazena vinagre para a venda. A moça parece ser a compradora, pois exhibe uma garrafa em suas mãos, o que é confirmado nas palavras registradas abaixo da gravura:

Meu vinagre é maravilhoso  
 Bela moça (da região da Picardia), você quer?  
 Ou se você prefere o mais doce  
 Eu encherei a sua garrafa com ele<sup>14</sup>

Assim, pode-se concluir que a garrafa que a *belle picarde* tem à mão será preenchida pelo vinagre vendido.

---

maneira importantes que muitos manuais de história francesa, ainda no século XX, utilizavam suas gravuras para ilustração. Disponível em <http://expositions.bnf.fr/bosse/index.htm>. Acesso em: 10 mai. 2006.

<sup>13</sup> BOSSE, Abraham. *Le vinagrier*. Disponível em: [http://www.mfa.org/collections/search\\_art.asp?coll\\_keywords=Abraham+Bosse&submit.x=0&submit.y=0](http://www.mfa.org/collections/search_art.asp?coll_keywords=Abraham+Bosse&submit.x=0&submit.y=0). Acesso em: 24 set.2004.

<sup>14</sup> “Mon vinaigre est bon a merveille/ Belle picarde en voulez vous/ Ou'si vous aymez mieux le doux/ J'en rempliray vostre bouteille”



Figura 1. O Vendedor de Vinagre (Abraham Bosse)

Fournel (2003) salienta que os vendedores de vinagre eram personagens dos mais importantes nas ruas parisienses. Segundo o autor, algumas maneiras de vender o vinagre, bem como as vestimentas utilizadas parecem se repetir: o chapéu vermelho, o avental, o carrinho de duas rodas sobre o qual ficam os barris com um tipo de válvula de onde sai o

vinagre para a venda, a forma de vender - de porta em porta. Entretanto, nas imagens encontradas, nem sempre aparecem o chapéu ou o avental, mas o carrinho e o barril estão presentes, como na gravura de Michel Poisson (1775?), parte da série intitulada *Cris dessinés d'après nature* que foi dividida em 12 cadernos com 72 ilustrações (fig. 2); no desenho de François Boucher (1703-1770) gravado por Ravenet (fig. 3) e na série de 40 ilustrações desenhadas e gravadas por Pierre Brebiette (1596- 1650), da qual faz parte um vendedor de vinagres (fig. 4).<sup>15</sup>



Fig. 2 – Vendedor de vinagre  
(Michel Poisson)

---

<sup>15</sup> As figuras 2, 3 e 4 foram retiradas do livro de Massin (*op. cit.*) - páginas 95, 65 e 41, respectivamente.



Figura 3. Vendedor de Vinagre (François Boucher)

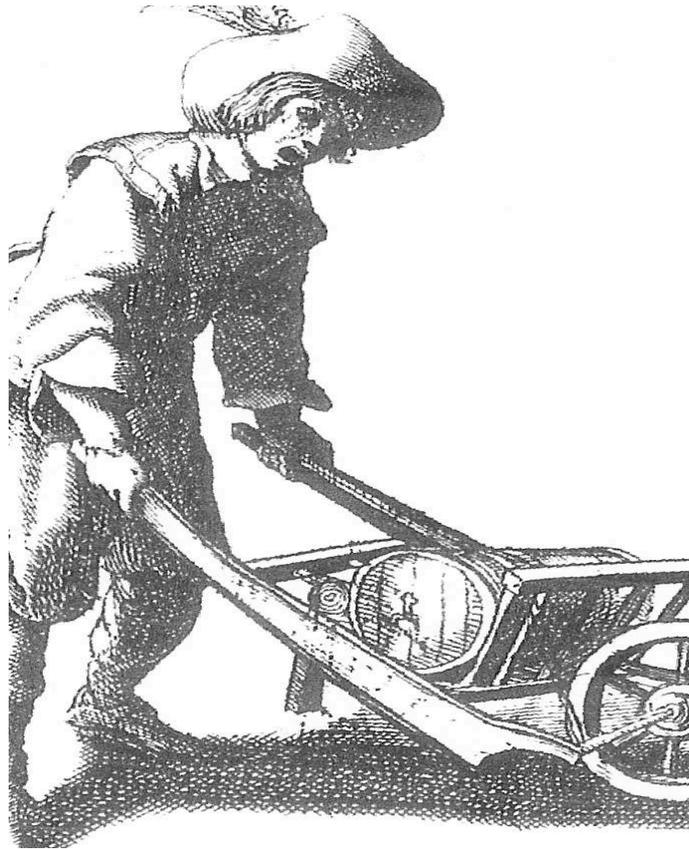


Figura 4 – Vendedor de Vinagre (Pierre Brebiette)

O lucro com o produto também parece ter ganhado fama: uma peça de Mercier citada por Fournel (*op. cit.*), intitulada *La Brouette du vinagrier*, baseada numa história anônima do século XVII, narra a história de um vendedor ambulante que pede a mão de uma jovem para seu filho, jogando aos pés de um outro personagem, peças de ouro e prata levados em seu barril, revelando, portanto, que acumulara riquezas.

Segundo Fournel, por volta de 1650, havia nada menos que 600 vendedores ambulantes de vinagre e mostarda em Paris (p. 41). Muitos ganharam fama e dinheiro com a venda do produto: “foram eles Savalette, Le Comte, e sobretudo, no século XVIII, o famoso

Maille, que havia inventado noventa e dois tipos de vinagre (...), quando antes dele não existiam mais que nove” (Fournel, *op. cit.*, p. 42).<sup>16</sup>

Um outro tipo de vendedor é também relatado por Abraham Bosse: trata-se do *Marchand de mort-aux-rats* (vendedor de morte aos ratos), ou, como traduziram os ingleses, *The seller of rat poison* (o vendedor de veneno de ratos). Nesta gravura (fig. 5)<sup>17</sup>, Bosse apresenta um homem cercado de ratos por todos os lados – dependurados em sua espada, em seu chapéu e até mesmo na caixa que carrega o vendedor, provavelmente, onde se guarda o veneno. Trata-se de um ex-combatente de guerra, conforme relata Bosse nas palavras registradas. Pela imagem, saberíamos apenas que o homem teve sua perna substituída por um pedaço de madeira. Mais uma vez, texto e imagem se complementam.

Um fidalgo espanhol que nos combates  
faz tremer a terra  
Por um infortúnio de guerra  
Vai gritando a morte aos ratos<sup>18</sup>

Segundo Massin (1985), durante o período em que a peste tomou conta das ruas, homens que caçavam ratos eram encontrados por toda a Europa. (p. 43)<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> “(...) tels furent Savalette, le Comte, et surtout, au dix-huitième siècle, ce fameux Maille, que avait su composer quatre-vingt-douze sortes de vinaigre (...), lorsqu’il n’en existait que neuf avant lui.”(Fournel, *op. cit.*, p.42)

<sup>17</sup> BOSSE, Abraham. *La morte aux rats*. Disponível em:  
[http://www.mfa.org/collections/search\\_art.asp?coll\\_keywords=Abraham+Bosse&submit.x=0&submit.y=0](http://www.mfa.org/collections/search_art.asp?coll_keywords=Abraham+Bosse&submit.x=0&submit.y=0).  
Acesso em: 24 set. 2004.

<sup>18</sup> “Un hidalgo qui aux combats/ Faifoit trembler toute la terre/ Par un infortune de guerre/ Va criant de la mort aux rats”

<sup>19</sup> A peste negra era transmitida pela picada de pulgas de ratos doentes. Sem condições de higiene adequadas, os ratos se multiplicavam facilmente pela Europa e, por esta razão, há vendedores de “morte aos ratos”.



Figura 5. O vendedor de veneno de ratos (Abraham Bosse)

Outros artistas, como Bouchardon (1698-1762), já no século XVIII, também registraram vendedores que “gritavam” a morte aos ratos (fig. 6)<sup>20</sup>. Segundo Fournel (*op.*

<sup>20</sup> Citada em Fournel (*op. cit.*), p. 35.

*cit.*), o ponto preferido destes vendedores em Paris era a *Pont-Neuf*. Contudo, na gravura de Bouchardon o veneno é substituído por armadilhas para o roedor.



Figura 6. O vendedor de veneno de ratos (Bouchardon)

Sobre homens e sua perseguição aos ratos, escreve também, dois séculos mais tarde, um cronista brasileiro - Luiz Edmundo. Entre tantos registros interessantes da vida das ruas, Luiz Edmundo, no livro *O Rio de Janeiro do meu tempo*, menciona “mercadores desses malignos roedores” (Edmundo, 1938, p. 63) que apregoam “Rato, Rato, Rato...”<sup>21</sup> Entretanto, os compradores mencionados por Luiz Edmundo não são ex-combatentes como o vendedor de Bosse, mas pessoas em busca de algum dinheiro. Com a ameaça da febre amarela e com a decisão do governo de “limpar” o Rio de Janeiro no início do século XX, estes vendedores parecem “infestar” as ruas da cidade.

<sup>21</sup> Entre vários exemplos da incorporação dos pregões de rua pela música popular, Tinhorão cita a polca intitulada “Rato, Rato”, composta por Casimiro Gonçalves da Rocha, pistonista do Corpo de Bombeiros. Segundo o autor, o próprio compositor registrou uma imitação do pregão no instrumento em sua gravação. “A polca, com letra de Claudino Costa, acabaria se transformando no maior sucesso do carnaval de 1904, com milhares de pessoas cantando: ‘Rato, rato,rato,/Porque motivo tu roeste o meu baú,/ Rato, rato, rato,/ Audacioso e malfazejo gabiru’” (Tinhorão, *op. cit.*, p. 56)

Quando a repartição de hygiene manda matar os ratos que aqui festivamente recebem a bubonica importada da Europa, pondo em cheque a obra do diretor da Repartição de Hygiene Publica, Oswaldo Cruz, andam homens pelas ruas a comprar os roedores mortos, de tal sorte obrigando o filho da terra a caçal-os. Diz-se que só na zona dos bacalhoeiros da rua do Mercado e na de certos trapiches da Saude, se conseguiu um numero de ratos maior que o de toda população do Districto! (Edmundo, *op. cit.*, p. 63).

As ilustrações trazidas por Luiz Edmundo também revelam algumas informações sobre vendedores que habitavam as ruas no início do século XX, no Rio de Janeiro, permitindo-nos ir além da iconografia ao acrescentar às imagens, anotações e registros escritos de alguns pregões.

Luiz Edmundo consegue descrever com maestria os sons das ruas cariocas. Descreve sonoridades produzidas pelo tipo de calçamento: “o ruido das rodas de aros de metal, por sobre a dura pedra, ensurdece” (Edmundo, *op. cit.*, p. 126); descreve os sons dos chicotes furiosos dos cocheiros e seu vocabulário baixo quando em discussões causadas por problemas de trânsito (nada diferente do que acontece hoje na cidade...); descreve os gritos do cocheiro, “o homem que vive a gritar a cada passo, em seu officio” (Edmundo, *op. cit.*, p. 59) - nada diferente dos homens que anunciam os trajetos das *vans* em meio ao burburinho da cidade...

No tempo desse bondinho puxado a burro, o infeliz, que não tem as cordas vocaes para repouso, por qualquer ladeirinha que suba, grita ainda:  
- O bonde não pára na subida!... (Edmundo, *op. cit.*, p. 60-1).

Além de todo o ambiente cuidadosamente descrito, ressalta também o papel dos pregões: “nas ruas de pouco transito, com senhoras ainda saindo pouco e os homens, por causa dellas, sahindo muito menos do que hoje, cruzam vendedores ambulantes, soltando os mais hystericos pregões!” (Edmundo, *op. cit.*, p. 61).

Alguns vendedores descritos por Luiz Edmundo são também desenhados no livro, como afirmei anteriormente, o que permite visualizar melhor os pregoeiros da época. Um deles é o vendedor de perus (fig. 7), um português que assim apregoava: “- Olha ôôô prú uuu da roda vô ôôô a!” (Edmundo, *op. cit.*, p. 61).

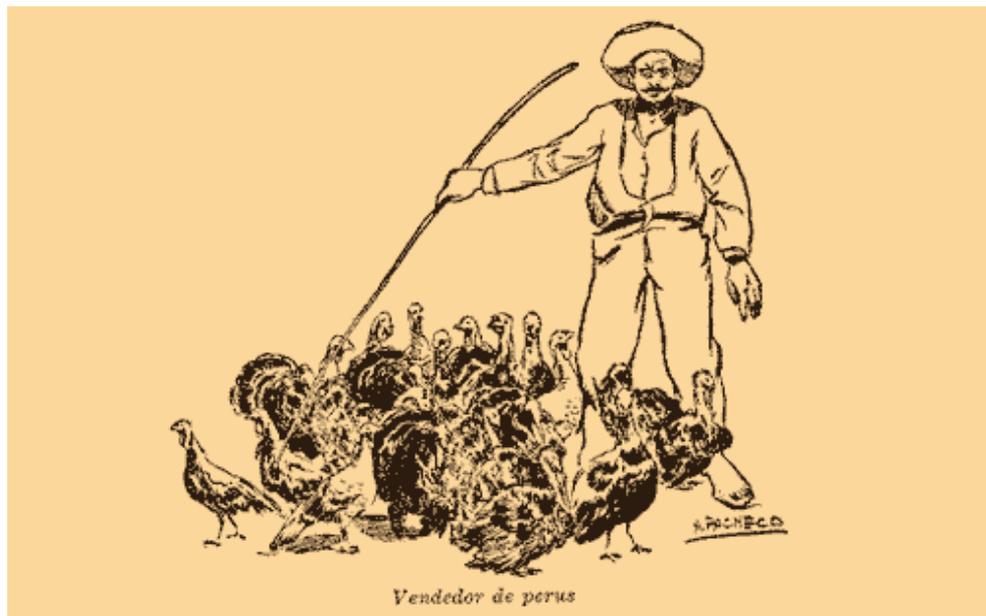


Figura 7. Vendedor de Perus

Edmundo não traz nenhum tipo de registro musical ou partitura, mas, ao escrever suas impressões críticas sobre o cotidiano, tenta ser o mais fiel possível aos pregões, grafando-os de forma que o sotaque dos ambulantes pudesse também ser registrado. A mudança na pronúncia das palavras devido ao fato que muitos vendedores eram estrangeiros se revela como uma marca forte de seu registro, bem como a repetição das vogais, mostrando em que parte o vendedor “alongava” o som. Alguns exemplos:

O vendedor de abacaxi:

- Olha ô ô ô avacaxi ôôô!...

O italiano do peixe:

- Pixe camaró... Ulha a sadénha!

A turca ou turco vendedores de phosphoros:

- Fófo barato, fófo, fófo!

Berra o vendedor de vassouras:

-Vae vasouôôôôôra espanadocoeire!

E o comprador de metaes:

- Chuuuuumbo, féerro, cama velha, metal velho para vender!...

O homem das garrafas vasiaas, com o seu cesto á cabeça, grita assim:

- Gueraalfas bazias prá bundaire!!

E a negra da cangica:

- Cangiquinha... Yayá, bem quente! (Edmundo, *op. cit.*, p. 52-3).

O mosaico sonoro exposto por Edmundo revela a riqueza de sonoridades produzidas pelas “bocas” da época a qual retrata.

Algumas “bocas” tornaram-se famosas, como relata o memorialista Mello de Moraes Filho (1999) que traça um perfil dos “tipos de rua” que circulavam na cidade do Rio de Janeiro no final do século XIX. Este é o caso do negro “Estrada de Ferro”, filho da “escrava Rosa”, que morava com seus senhores em sítio próximo à Estação da Estrada de Ferro D.

Pedro II. O rapaz

exibia-se admiravelmente na execução de peças inteiras, sem discrepância de uma nota, batendo com os dedos nas bochechas, conservando a boca aberta. Soprando no côncavo das mãos unidas, imitava um instrumento sonoro, reproduzindo com maior expressão polkas e valsas (p. 270).

Sua alcunha devia-se à grande habilidade de imitar o “sibilo da locomotiva”, visto que, morando os senhores de sua mãe próximos à estação, realizou “sério estudo”. Foi tão bem sucedido que empresários do teatro o convidaram para exhibir seus talentos em cena.

Parece incrível a habilidade imitativa de que é dotado esse negro; ao ouvi-lo de longe, afirma-se, jura-se que uma locomotiva vence o espaço, com tal propriedade desfere ele grito estrídulo, o som das baforadas do vapor, o borbulho da máquina, o assobio agudo do trem de ferro à distância ou chegando à estação (Moraes Filho, *op. cit.*, p. 270).

Em seus registros sobre festas e tradições populares, Moraes Filho menciona também alguns vendedores como o “Manduca da Praia”,

um pardo claro, alto, reforçado, gibento (...) [que] nunca dispensava o casaco grosso e comprido, grande corrente de ouro que prendia o relógio, sapatos de bico revirado, gravata de cor com um anel corrediço, trazendo somente como arma uma bengala fina de cana da índia (Moraes Filho, *op. cit.*, p. 262).

Morador da Cidade Nova, Manduca era capoeira bastante conhecido por suas habilidades corporais e possuía uma “banca de peixe na praça do Mercado” (*op. cit.*, p. 263). No entanto, nada diz o autor sobre suas vendas e seus anúncios sonoros. Mas, em relação ao “Maia da Praia Grande”, que vendia bilhetes de loteria, Moraes Filho revela que assim

apregoava: “Branças e branquinhas, mulatas e mulatinhas, crioulas e crioulinhas! – Compre, compre, compre! – Branco! branco como as estrelas!...” (p. 304).

Citando também um personagem que circulava nas ruas cariocas, Luiz Edmundo (*op. cit.*) menciona o vendedor de leite (fig.8), sobre o qual realiza severa crítica. O vendedor é descrito como alguém que “usa barba passa-piolho e tamancas” e que mistura, sem que o freguês perceba, água ao leite: “O mais vergonhoso de todos esses ambulantes do começo do século, porém, é o leiteiro, com a esquelética vacca, que hoje, felizmente, esconde a sua tuberculose no fundo dos estabulos que recuaram para bairros distantes” (Edmundo, *op. cit.*, p. 66).

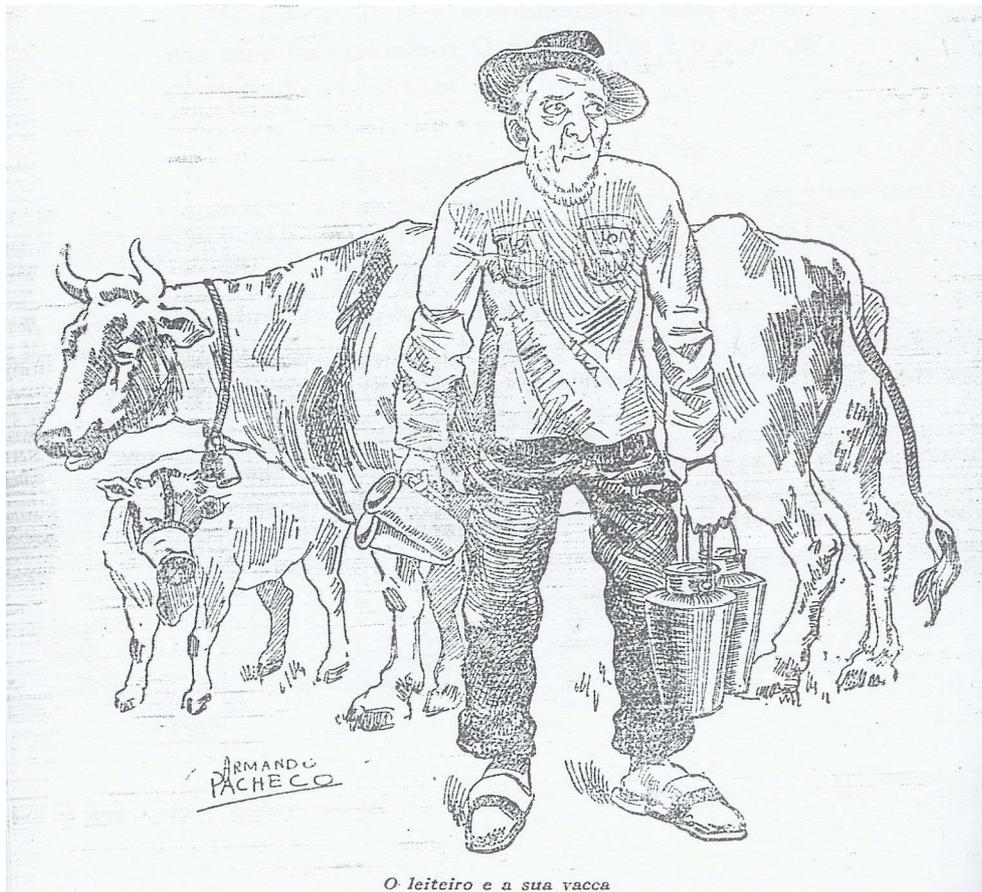


Figura 8. O leiteiro e sua vaca.

Luiz Edmundo acusa o leiteiro de “criminoso” e “traíçoeiro”, responsabilizando-o pelas mortes de muitas crianças que sofreram infecções gastro-intestinais. Ainda, acusa o governo e os médicos da “Hygiene Publica”, que sabem exatamente “do que se passa...” (Edmundo, *op. cit.*, p. 68). Mas, em relação ao leiteiro, Luiz Edmundo não registra nenhum tipo de pregação. É possível supor que sua voz fosse poupada pelas campainhas penduradas no pescoço da vaca, conforme descreve o cronista.

Luiz Edmundo descreve também o caldo de cana vendido em “carretas-realejos”, onde “o homem da manivela” moe “a canna e a musica” e “por um copazio paga-se cem réis”( *op. cit.*, p. 66).

Entre tantos outros ambulantes descritos de forma detalhada, há que se destacar a impressionante similaridade entre os vendedores de bala do “Rio de Janeiro” do “tempo de Luiz Edmundo” e os que hoje também mercam o produto em nossos ônibus.

Quando chegam os bondes que fazem a volta pelo largo, cheios de passageiros, de cortinas de oleado verde, desenrolada para as bandas do sol, vê-se, como uma nuvem de gafanhotos, a revoada trefega e assanhada dos moleques vendedores de biscoitos e de balas.

- Balas! Quer balas? Hortelã, chocolate, baunilha e côco!

- Biscoitos, Sinhá.

- São seis por um tostão!

- Baleeeei...ro! Queimada e ovo!

Notável agilidade, a desses molecotes de 12 a 16 anos, gymnastas consumados, equilibristas perfeitos, herdeiros da ligeireza acrobatica do capoeira colonial, precursores, na destreza e no desembaraço, do jogador de foot-ball de agora, o homem agil que espanta o tardo europeu nas pugnas do campeonato e o supera. Saltam como se fossem bolas de borracha, pulando de um para outro carro, até quando elles estão em acelerado movimento, sem deixar cair a bandeja dos rebuçados que vendem, equilibrada na palma da mão, erguida toda para o ar. Quando servem o freguez, trepados pelos estribos, balas ou biscoitos, soltam as mãos do balaustre, e, assim contam a mercadoria, fazem o troco, o vehiculo sacolejando, vezes torcendo por curvas fortes, sem cair, sem vacillar...

- Baaala, freguez... Baleeeiro! (Edmundo, *op. cit.*, p. 143-4)



Figura 9. Baleiro

Embora Luiz Edmundo mencione uma idade dos vendedores não compatível com o desenho que ilustra suas observações, é possível afirmar que suas anotações muito têm em comum com a contemporaneidade. Os vendedores de balas com os quais me deparei durante a pesquisa de campo também se revelaram grandes acrobatas, equilibrando-se em meio à correria e às freadas dos ônibus. Conseguiram caminhar também soltando suas mãos e apoiando-se em meio aos bancos dos ônibus, embora não utilizassem bandejas, mas enormes ganchos de onde pendiam sacos variados de balas ou balas dependuradas como um colar. Como o baleiro descrito por Luiz Edmundo, os vendedores de balas da atualidade também apregoam seu produto e enumeram os sabores vendidos, e, muitas vezes, iniciam sua venda com a famosa frase que pede desculpas aos passageiros por incomodar sua viagem.<sup>22</sup>

Os relatos e imagens trazidos por Luiz Edmundo, Bakhtin, Thompson, Bosse e outros, assinalam a presença marcante de mercadores em tempos e lugares distantes, seja na literatura, nas artes plásticas, nas crônicas ou nos jornais de época. Por esta razão, cabe

<sup>22</sup> No Capítulo 2 tratarei mais detalhadamente do assunto.

continuar a questionar o porquê da falta de registros musicais dos pregões, tão presentes na vida comum da cidade.

Neste sentido, esta pesquisa pretende registrar a vida de personagens da cidade contemporânea que fazem parte de nosso cotidiano, seja vendendo ou comprando produtos, seja utilizando formas musicais para atrair a atenção de possível fregueses. Por ser assunto tão antigo e tão presente na vida da população citadina, esta pesquisa pretende mergulhar na vida, no dia-a-dia de pessoas comuns, revelando um pouco do cotidiano de homens e mulheres que se espalham em meio à cidade e que, pelo som de seus pregões, procuram atrair o passageiro distraído, a fim de ganhar algum dinheiro para sua sobrevivência.

## 1.2 - PREGÕES: GRITOS, MÚSICA OU RUÍDO?

Ao introduzir este trabalho com imagens e impressões sonoras registradas sob o ponto de vista de historiadores, críticos, cronistas e artistas, em diversos locais e épocas, foi possível reconstruir um olhar e uma escuta – mesmo que parciais - sobre o que um dia pode ter sido ouvido e visto nas ruas das cidades. Assim, o que pode ter sido apregoadado nas mais diferentes épocas e lugares, pode permitir também a reconstrução dos aspectos sociais, econômicos e culturais de um povo: o que era vendido, como era vendido, por quem determinados objetos eram vendidos, entre outros aspectos. As gravuras de Bosse, as análises de Bakhtin e Thompson, bem como as crônicas acompanhadas de ilustrações trazidas por Luiz Edmundo, impressionam pelas similaridades, mas também pela constatação das mudanças ocorridas: ainda consumimos vinagre, balas, leite e remédios, mas esses produtos não se apresentam mais em barris, não são vendidos em bondes, não são retirados da vaca em meio às ruas e não são vendidos somente como ervas, embora muitas calçadas citadinas ainda possuam vendedores deste tipo de produto.

Muitas coisas mudaram. Outras permaneceram. No entanto, há um denominador comum em todos os relatos que encontramos sobre pregões: a escassez de documentos que tratem do assunto do ponto de vista musical.

Há uma certa desvalorização do tema por parte das pesquisas realizadas em meio musical; há um tipo de “surdez” em relação à dimensão musical dos pregões – músicas que habitam tão vivamente o cotidiano de homens e mulheres há tantos séculos. Essa “surdez” provoca questionamentos ao pesquisador musical, tais como: Por que uma escuta tão descuidada para com temas que provém da oralidade? Por que a recusa a escrever e registrar estas práticas musicais?

O compositor e educador musical canadense Murray Schafer auxilia-me a responder estas indagações, bem como o medievalista Paul Zumthor.

Em relação aos pregões do passado, Schafer (2001) nos relembra a “posição desvantajosa” dos pesquisadores: dispomos de fotos, mapas e desenhos que nos ajudam a reconstruir uma determinada época, mas não temos a mesma variedade e quantidade de registros no tocante aos sons.

Podemos saber exatamente quantos edifícios foram construídos numa determinada área ao longo de uma década ou qual foi o crescimento da população, mas não sabemos dizer em quanto decibéis o nível de ruído ambiental pode ter aumentado em um período de tempo comparável. (Schafer, *op.cit.*, p. 24)

Schafer preocupa-se com o estudo do que denomina *soundscape* - traduzido para o português como “paisagem sonora” - um conceito cunhado por ele (originado do termo inglês *landscape*) e que se refere a todo entorno acústico. Schafer também coloca seu foco sobre os sons cotidianos, não se restringindo apenas ao estudo das músicas interpretadas em igrejas ou teatros.

Como relata Schafer, as vozes preenchem os cantos da cidade por ambulantes que vendiam seus produtos. Antes da Revolução Industrial, estas vozes tinham importância e as ruas eram “raramente silenciosas”:

Na verdade, cada ambulante tinha um grito cheio de incontáveis artifícios. Mais que as palavras, o motivo musical e a inflexão da voz, no comércio, eram passados de pai para filho e sugeriam, a quarteirões de distância, a profissão do cantor. (Schafer, *op.cit.*, p. 100)

Schafer acrescenta ainda que alguns compositores como Jannequin, Weelkes, Gibbons e Dering inseriram “gritos de rua” em suas músicas. Entretanto, é o próprio Schafer quem nos dá notícias do crescente desinteresse pelos sons das ruas “depois que a música/arte se mudou para ambientes fechados” (Schafer, *op. cit.*, p. 102) citando também várias leis que proibiram os “gritos de rua” na Europa.

Ainda com relação à escassez de pesquisas sobre as sonoridades existentes nas cidades, é interessante acrescentar as contribuições de Paul Zumthor. Segundo o autor, muitos “intelectuais formados à européia, escravizados pelas técnicas escriturais e pela ideologia que elas secretam”, acabaram renegando e ocultando a importância do que se transmite “da boca ao ouvido” (Zumthor, 1993, p. 8). Zumthor nos remete à desvalorização de temas que provêm da oralidade, entre eles os pregões.

Teria sido esse o motivo da ausência ou escassez do tema na literatura musicológica?

Uma possível resposta a estas questões é apontada no verbete *Street Cries* encontrado no dicionário musical *The Oxford Companion to Music* (1991): estudamos as músicas que circulam em espaços privilegiados, em instituições reconhecidas como importantes e nos esquecemos das músicas que soam nas ruas. Há, claramente, por detrás destas escolhas, uma questão de poder e de valorização de determinado tipo de música em detrimento de outros. Por esta razão, cabe mais uma vez perguntar:

Seriam os pregões reconhecidos efetivamente como um tipo de música?

Talvez seja esta a questão que permeia todas as outras lançadas aqui, pois, ao que parece, estes “gritos” de rua já incomodaram muitos cidadãos.

O inventor da calculadora, Professor Babbage, que odiava os pregões e os músicos de rua, afirmava que uma grande parte de seu trabalho era perdido pelas constantes interrupções e aborrecimentos que os músicos de rua causavam. Ele registra 165 interrupções ao seu trabalho durante um período de 90 dias e envia a listagem ao cervejeiro Mr. Michael T. Bass, responsável pela campanha contra os músicos de rua em Londres, em 1864. Michael Bass era também membro do Parlamento Inglês e consegue muitas assinaturas de intelectuais para respaldar sua solicitação ao Parlamento, a fim de proibir a música nas ruas (Schafer, 2001). Embora não citados diretamente, os pregões lançados nas ruas também se revelavam como um grande incômodo a estes intelectuais.

A gravura de William Hogarth (1697-1764) intitulada *Enraged Musician*, de 1741 (citada em Schafer, 2001), parece ilustrar as descrições contidas na carta de Bass, quando afirma que “professores e praticantes de uma ou outra das artes ou ciências (...) são diariamente interrompidos, importunados, atormentados, cansados e levados à loucura pelos músicos de rua” (Bass *apud* Schafer, *op. cit.*, p. 103). Nela, encontramos um músico enfurecido, que tapa seus ouvidos a fim de fugir dos “barulhos” da rua: o choro do bebê que se encontra no colo da mãe – uma vendedora de baladas; instrumentos como oboé, tambor e chocalho – esse último, nas mãos da menina logo abaixo da janela; o amolador de facas – à direita; a vendedora de leite, que provavelmente deve apregoar a mercadoria.<sup>23</sup>



Figura 10. *The Enraged Musician* (William Hogarth)

Se para alguns os sons das ruas eram motivo de incômodo, havia quem preferisse sua presença, como o escultor inglês Nollekens (1737-1823). Seu biógrafo, John Thomas Smith,

<sup>23</sup> Disponível em [http://www.norton.com/nto/18century/topic\\_1/enraged.htm](http://www.norton.com/nto/18century/topic_1/enraged.htm). Acesso em: 04 set. 2006.

afirmou que o escultor era embalado pelos pregões durante seu trabalho e adorava imitar os vendedores enquanto estes passavam na rua (Scholes, 1991).

Essas visões antagônicas podem ser explicadas por Nattiez (1984), quando afirma que os conceitos de música, silêncio e som são definidos pela cultura: “pronunciar a palavra ‘música’ significa delimitar um outro conjunto de fenômenos existentes como ‘não-música’”(p. 212). Esses conceitos são culturalmente condicionados e suas fronteiras são demarcadas de acordo com a sociedade em que circulam. Assim, numa sociedade complexa formada por grupos de origens étnicas, econômicas, sociais e religiosas diferentes, também as fronteiras entre “música” e “não-música” vão depender sempre de uma “orientação estética” e de uma “escolha ideológica” por parte do ouvinte. Conseqüentemente, entre músicos e pesquisadores de um mesmo contexto cultural, raramente pode-se encontrar consenso quanto a essas classificações, conforme Nattiez explica.

Há que se “alargar” a escuta para investigar a cidade e os pregões que nela habitam. Ao optarmos pelo conceito de “paisagem sonora” proposto por Schafer, fica evidente que o terreno musical se remarca e se alarga, não se limitando às concepções acerca da música e do ruído estereotipadas, como muitas vezes se ensina - de forma oculta ou exposta - nas escolas de música: “música é a arte de combinar os sons de maneira agradável ao ouvido”. O que pode ser agradável para alguns, pode ser desprazeroso para outros.

As questões expostas por Nattiez e Schafer podem fornecer pistas para compreendermos a rareza das discussões sobre os pregões do ponto de vista musical: para alguns, eles podem ser considerados música e, por esta razão, podem ser incorporados por compositores como elementos de suas obras; para outros, os pregões não passam de gritos lançados aos passantes. Essa última categoria – gritos – parece se sobrepor a outras classificações, já que as “orientações estéticas” e as “escolhas ideológicas” no campo musical têm privilegiado e considerado como música determinadas formas pertencentes a épocas e

contextos específicos. Pode-se então entender a rareza das discussões sobre o tema, às vezes considerado música, às vezes considerado grito, sempre resistindo a rótulos e quase sempre ausente nas pesquisas.

Por discordar de uma postura epistemológica que valoriza apenas determinados tipos de práticas musicais em detrimento de outras, não considerando como conhecimento as práticas que não seguem os “princípios epistemológicos” e as “regras metodológicas” da chamada “primeira ruptura epistemológica” (Santos, 1993)<sup>24</sup>; por discordar da lógica ocidental predominante e hegemônica que dicotomiza “senso comum” e “discurso científico”, desvalorizando o que se produz no cotidiano de homens e mulheres “ordinários” (Certeau, 1996), penso que, ao pesquisar os pregões e considerá-los como prática musical importante, reafirmo a importância da visibilidade e da escuta destas práticas “quase invisíveis e inaudíveis” ao olhos e ouvidos do mundo acadêmico, questionando critérios que têm permeado a escolha de temas importantes a serem investigados na musicologia e na etnomusicologia.<sup>25</sup>

Tanto as observações de Nattiez sobre a natureza sociocultural das classificações do espectro sonoro quanto a pesquisa que proponho integram uma corrente de idéias que vem questionando o que é música e a impossibilidade de fechar suas fronteiras com outras conceituações.

---

<sup>24</sup> Para o sociólogo Boaventura de Souza Santos (1993), a “primeira ruptura epistemológica” enfatiza a separação entre ciência e senso comum - considerado como “experiência, conhecimento vulgar”-, distinguindo-se do conhecimento científico, que pretende quantificar o conhecimento. A “segunda ruptura epistemológica” vem a ser uma ruptura com a primeira ruptura, um paradigma em emergência que permite o diálogo entre os chamados conhecimento científico e senso comum, transformando ambos e construindo, portanto, “uma ciência prudente e um senso comum esclarecido”(p.45).

<sup>25</sup> É interessante observar que os folhetos de cordel, presentes em feiras, mercados e centros de peregrinação no Nordeste do Brasil, eram apregoados por meio da recitação ou canto das primeiras estrofes, pelo vendedor, transformando a poesia escrita em pregão. Há muitos trabalhos que tratam da literatura de cordel, mas poucos tratam do folheto cantado pelo vendedor (segundo Elizabeth Travassos, comunicação pessoal). Não tenho como objeto de estudo o cordel, porém, o que cabe aqui ressaltar é a relativa arbitrariedade das classificações que pode tornar determinadas realidades mais ou menos visíveis ou audíveis para os estudiosos.

Portanto, não é redundante afirmar: há que se esticar os parâmetros de análise do som, há que se alargá-los para que possam se estender à música das ruas, às músicas que vivem “da boca ao ouvido”, às manifestações sonoras que envolvem a urbe. Melhor dizendo: os pregões, por habitarem o espaço da oralidade, têm permanecido desvalorizados dentro do campo musical, pois a lógica ocidental elege formas específicas de conhecer o mundo que privilegiam a escrita e, muitas vezes, excluem a oralidade.

Assim sendo, acredito que este trabalho pode forçar uma reflexão sobre os sons da cidade, talvez um pouco esquecidos nos meios musicais, abrindo portas para outras músicas que também desejem soltar seus “gritos”.

### **Sobre o conceito de pregão**

Pregões ou *street cries*, como registram os dicionários musicais em língua inglesa, é um verbete bastante raro nas obras de referência no campo musical. Dentre os dicionários musicais consultados, *The Oxford Companion to Music* parece mostrar uma maior preocupação com a música que soa nas ruas das cidades, incluindo-se aí os pregões. Neste verbete, uma polêmica é de início levantada: seu autor afirma que o dicionário é, provavelmente, um dos primeiros a tratar o tema e ressalta o quanto se tem perdido nas pesquisas ao excluírem de seus trabalhos temas importantes como as músicas que soam nas ruas.

Segundo o Dicionário, o estudo das músicas das ruas rompe com a concepção que limita a vida musical às salas de concerto, à igreja ou aos teatros. Assim sendo, parte importante da vida musical da população européia (e por que não acrescentarmos, brasileira?), existiu nas ruas onde se encontravam pessoas de várias classes, de mundos sociais diferenciados e das mais diversas origens. O conceito de música das ruas compreende tanto os grupos de músicos de rua quanto os *cries of the hawker*, melhor dizendo, pregões. Neste

contexto, os gritos dos vendedores são classificados como “música da rua” - ramo da música folclórica que, apesar de sua importância e apesar de inspirar muitos artistas renomados<sup>26</sup>, tem sido pouco investigado.

No Brasil, Tinhorão (1976) menciona a escassez de estudos sobre o tema e ressalta que, as raras informações existentes não são encontradas em livros de música ou folclore, “mas na prosa sempre descomprometida de cronistas” (Tinhorão, *op. cit.*, p. 50).

Sobre a origem e a definição dos pregões, assinala:

Criação sonora de profissionais livres – vendedores e compradores dos mais variados objetos, doceiros, baleiros, sorveteiros, ou pequenos artesãos, como amoladores, concertadores de guarda-chuvas e panelas, etc.- o pregão pode ser apontado como uma das formas mais antigas de publicidade do tipo *jingle*, considerada a origem mesma dessa palavra inglesa, que inclui, entre seus significados, o da ‘repetição de palavras de som igual ou semelhante, especialmente para chamar a atenção’. Muitas vezes representado apenas pela entoação das sílabas de uma única palavra, de forma sonora, compassada e bem escandida – como o famoso grito dos portugueses compradores de garrafas vazias do Rio de Janeiro: ‘ga...rrra...fei...ro-o-o...’ - o pregão revela uma tendência inapelável para transformar-se em música, uma vez que o apregoador, ao ir descobrindo aos poucos as amplas possibilidades da modulação da sua voz, acaba invariavelmente cantando em bom sentido os nomes dos artigos que tem para vender ou que deseja comprar (Tinhorão, *op. cit.*, p. 49).

A definição de Tinhorão destaca a importância da sonoridade das palavras na criação dos pregões – entoações que vão dando forma à melodia.

Concorda com Tinhorão a análise feita pelo autor da única dissertação encontrada por mim na área de Etnomusicologia durante a revisão bibliográfica do tema. Trata-se do pesquisador José Álvaro Lemos de Queiroz (2001). Queiroz aborda pregões que circulam no bairro da Barra, na cidade de Salvador, e mostra uma “paisagem sonora” bastante diferenciada e aparentemente não tão ruidosa quanto o campo que escolhi para realizar minha pesquisa – o centro da cidade de Niterói-RJ.<sup>27</sup> Em seu trabalho, o autor transcreve e analisa

<sup>26</sup> Além dos compositores citados por Schafer, tais como, Jannequin (autor de *Les Cris de Paris*- século XVI); Thomas Weelkes; Orlando Gibbons e Richard Deering, o verbete também cita os seguintes músicos: Clapisson (autor da ópera *La Fanchonnete* –1856); Charpentier (usa pregões numa cena de *Louise* –1900); Thomas Ravenscroft (autor de *Pammelia* (1609) e *Melismata*(1611); e Handel (*Xerxes*, 1738).

<sup>27</sup> Tratarei especificamente de minha pesquisa de campo no Capítulo II.

pregões coletados dentro de um contexto específico, evidenciando problemas bastante diferentes dos que tenho constatado em minha pesquisa de campo.

Queiroz observa: “é muito provável que o ato de mercar, inconscientemente, dê origem a uma música através da sonoridade natural das palavras. Esta música das palavras teria uma influência direta na formação dos pregões vocais” (Queiroz, *op.cit.*, p. 55).

Mais adiante, ressalta também alguns outros pontos fundamentais na composição de um pregão: alguns têm padrões que se repetem, outros variam mais; o nome do produto a ser vendido está, na maior parte das vezes, presente; texto e música são completamente interdependentes, sendo que as acentuações das palavras vão influenciar na criação do pregão; o sotaque é uma das contribuições importantes para a formação da melodia.<sup>28</sup>

De todos os trabalhos mencionados, apenas a dissertação de mestrado supracitada e o trabalho de Mário de Andrade abordam o tema “pregões” a partir do ponto de vista musicológico/etnomusicológico. Por esta razão, ambos recorrem a transcrições e, no caso da dissertação, também à análise musical.<sup>29</sup>

Mário de Andrade, no *Dicionário Musical Brasileiro*, assim conceitua pregão:

Pregão – pequena melodia com que vendedores ambulantes anunciam a sua mercadoria: Podemos dividi-los em duas categorias, os individuais, em que o vendedor escolhe uma maneira de apregoar, valendo-se, muitas vezes de melodias conhecidas entre nós, de embotadas, modinhas, maxixes, sambas e até mesmo árias vulgarizadas; e os genéricos que são utilizados por todos os vendedores do mesmo artigo, como os vassoureiros e compradores de garrafas vazias do Rio de Janeiro (Andrade, 1989, p. 409)<sup>30</sup>

No *Ensaio sobre a Música Brasileira* (1972), Mário de Andrade não se preocupa em conceituar o termo, mas cita alguns pregões (apenas sete) e realiza observações somente sobre

<sup>28</sup> Este último item é de grande importância como veremos posteriormente.

<sup>29</sup> Outros trechos registrados sob forma de partitura foram encontrados no dicionário *The Oxford Companion to Music*, já citado anteriormente. Tratam-se de pregões enviados por leitores ao jornal *Musical Times*, em 1887.

<sup>30</sup> É importante ressaltar que Mário de Andrade também relembra um outro tipo de conceito dado ao termo “pregões” ao tratar de um manuscrito de 1773 da comunidade portuguesa israelita de Hamburgo, que utiliza o termo como sinônimo de oração.

o último, o qual lhe foi comunicado por um informante. Trata-se do canto de um cego que não possui letra. São outros pregões citados: amendoim, marcela, cocada, pinhão, sorvete e empadas (figuras 11 e 12).

PREGÕES

1  
Amendoim

Andante. S. PAULO

Pas. so ca.a. men.doim tor . rá . (do)!

2  
Marcela

Andantino.. PERNAMBUCO

Eu te.nho mar.ce . la pra tra . vos . sei . (re)!

3  
Cocada

Lento recitado. CAPITAL FEDERAL

Co . ca . da! Pre.ta e bran . ca! Pre.ta e bran.ca cor . de . ro . (sa)!

4  
Pinhão

Andantino, S. PAULO

Pi . nhão quen . te, que quei . ma a gen . te! Stá quen . te, mu . la . ta! Stá quen . te!...

5  
Sorvete

Andante. S. PAULO

Sor . ve . te, la . lá, é de cô . col.

Figura 11. Pregões (Mário de Andrade)

6  
Empadas

Andante, ritmado S. PAULO.

Senho - ra do. na do ca. sa, Venha na ja. nela a. per. ci. á!  
Tenho a em. pa. da quen. ti. nha, Ca. ma. rão ar. re. chei. á. (do)!...

Senhora dona de casa,  
Venha na janela apereciá!  
Tenho a empada quentinha,  
Camarão arrecheá (do)!..

7  
O Cego

Lento, recitado. NORDESTE

Este canto maravilhoso me comunicado por Lionel Silva esquecido do texto, é o unico documento brasileiro que conheço em que o hipolidio está sistematizado. Porém êste se acomoda perfeitamente com a psicologia musical do brasileiro e sobre isso temos uma anedota que é bem fina. Quando L. Gallet publicou a 1.<sup>a</sup> edição das "6 Melodias Populares Brasileiras" (ed. cit.) um-êrro feliz de impressão fez com que a peça "A Perdiz piou no Campo" em *lá maior*, saísse com 4 sustenidos na armadura de clave. A peça ficava em hipolidio... Ninguém quasi não percebeu o engano, a melodia ganhou muito sem perder o character e foi assim que O. Respighi a empregou na "Suite Brasiliana". A honestidade de L. Gallet o obrigou a restabelecer a armadura de *lá maior* na 2.<sup>a</sup> Edição. Honestidade feito muitas outras: louvavel porém lastimavel...

Figura 12. Pregões (Mário de Andrade)

Um destes sete pregões – o do sorvete -, é bastante mencionado por Tinhorão (*op. cit.*), pois, para ele, é possível que o sorvete tenha sido o primeiro produto apregoado no Brasil:

Na então corte imperial do Rio de Janeiro, o mais antigo e mais persistente dos pregões terá sido, ao que tudo indica, o famoso grito ‘sorvete iaiá’, com que negros e negras conclamavam as cariocas a experimentar a novidade surgida em 1834, após o desembarque de 160 toneladas de gelo trazido dos Estados Unidos pelo navio *Madagascar*. Iniciado com o grito puro e simples de ‘sorvete iaiá’, esse antigo pregão começaria a ser musicalmente ampliado com a enumeração das variedades em que era oferecido:

‘Sorvete iaiá

É de pitanga

É de cajá.

E é de abacaxi!...’ (Tinhorão, *op. cit.*, p. 50).

Assim como os dicionários de música citam compositores que se apropriaram dos pregões, incorporando-os às suas composições, Tinhorão toma como base o pregão “sorvete, iaiá”, mostrando sua introdução no teatro musicado, bem como por cantores e poetas que o gravaram em discos, como, por exemplo, Álvaro Moreyra, que gravou em LP de 10 polegadas:

Quando o sol se apagava, quando as lâmpadas se acendiam...

(cantando)

Sorvetinho, sorvetão

Sorvetinho de ilusão

Quem não tem duzentos réis,

Não toma sorvete não...

Sorvete, Iaiá?

É de quatro qualidade:

É coco, é manga, é abacaxi, é creme... (Moreyra *apud* Tinhorão, *op. cit.*, p. 54)

Tinhorão impressiona-se com a “vitalidade” do pregão, que permanece vivo por várias décadas.

Embora as letras dos pregões, mencionadas por Tinhorão e Mário de Andrade, não sejam idênticas, seria possível arriscar que se trata do mesmo pregão. São apenas suposições, mas que podem reafirmar que, ao ser um pregão ouvido na rua, muitos outros são recriados a

partir dele. No caso do pregão do sorvete, as observações de Tinhorão sobre a possível enumeração de outros sabores do produto podem ter contribuído para esta recriação.

Se as definições de pregão se complementam nos livros e dicionários consultados por mim, havia algo que nunca era esclarecido na revisão bibliográfica: por que o termo “pregão” é utilizado em língua portuguesa para se definir estas músicas que soam nas ruas da cidade?

Em consulta ao jornalista Márcio Cotrim, que escreve aos domingos no Jornal *Correio Braziliense*, obtive a seguinte resposta: pregão “vem do latim *praeconium*” e significa “anúncio em voz alta. É que, antigamente, mercadorias e serviços eram anunciados aos gritos pelas ruas, apregoados *urbi et orbi*. Assim, por exemplo, eram vendidos os primeiros jornais que se conhece, pelos gazeteiros” (Cotrim, 2005, p.42-3). Para o jornalista, uma das possíveis origens tem relação com o objeto “prego”. Explica Cotrim que, “séculos atrás, os párocos proclamavam os editais de casamento – os famosos proclamas – afixando-os com pregos na entrada das igrejas” (Cotrim, *op.cit.*, p.42-3)

Hoje, alguns pregões parecem ainda tentar conservar inconscientemente esta origem: há homens na rua vestidos com anúncios “pregados” sobre tábuas de madeira, que, ainda assim, também utilizam outros recursos para “apregoar”, seja por meio de panfletagem, seja por meio da voz.

E desses homens-pregões, desses anúncios sonoros, da escuta de homens e mulheres que cantam e encantam os passantes da cidade com suas melodias (re)inventadas no cotidiano que trataremos a seguir.

## CAPÍTULO 2 – A ESCUTA DE PREGÕES NA CIDADE

### 2.1 – PREÂMBULO - O QUE SE OUVE – OU ESCUTA – NAS RUAS: A “PAISAGEM SONORA URBANA”

É o bolo, é o bolo, é o bolo  
 É o bolo do boleiro  
 Cachorro não mia, gato não late  
 Aqui tem bolo de chocolate  
 Olha que legal  
 O bolo caseiro é um real  
 É o bolo, é o bolo, é o bolo  
 O boleiro vai passando  
 Tem de côco e de morango  
 É o bolo, é o bolo, é o bolo  
 O bolo maneiro é o bolo caseiro  
 É o carro do boleiro  
 Olha que legal  
 o bolo caseiro é um real  
 Aqui não tem moleza não  
 Tem o bolo de limão  
 É o bolo, é o bolo, é o bolo  
 O boleiro tá aqui  
 Tem bolo de abacaxi  
 É o bolo, é o bolo, é o bolo...

O pregão do boleiro é conhecido pelos moradores de São Gonçalo -RJ. Trata-se da música que um vendedor de bolos lança cotidianamente por aquelas “bandas”. Além de sua voz, o boleiro utiliza também outros recursos sonoros: seu carrinho, que possui parte em metal, transforma-se em instrumento musical em suas mãos, lembrando a sonoridade de um sino. É, pois, inspirada por esse pregão trazido por meus alunos, que inicio a aventura de me lançar às ruas e às suas mais inusitadas músicas, mais especificamente, os pregões – tema de minha pesquisa.

As músicas das ruas – e seus pregões – foram adentrando o espaço escolar de forma discreta, até que, por meio de pesquisas realizadas juntamente a meus alunos, seus sons foram “invadindo” nossos diálogos de forma mais intensa.

Uma dessas discussões foi marcada pela entrada do pregão do boleiro, que foi sendo lembrado por meus alunos do CETEP – Barreto.<sup>31</sup> Mais que lembrado, pode-se mesmo dizer que ele foi minunciosamente tecido, pois suas estrofes foram sendo reconstruídas coletivamente pelos alunos, como “camadas translúcidas da narração”, as quais se refere o filósofo Walter Benjamin (1993, p. 206). Durante essa rearrumação de camadas, uma aluna mencionou a “batida no metal do carrinho”, que, em linguagem musical, poderíamos exemplificar como uma das variantes do *tresillo*, ou seja, “o padrão rítmico 3+3+2”, ou a chamada “síncope característica” (Sandroni, 2001). E a performance do boleiro foi sendo também reconstruída pelos alunos, que, ao pesquisarem os sons das ruas, descobriram mais do que foram procurar.

A experiência vivida em sala de aula apenas confirmava a necessidade de aprofundar minhas reflexões sobre a escuta das ruas e dos sons cotidianos que nela habitam. Confirmava, também, a necessidade de se alargar as concepções sobre música que circulavam dentro dos muros escolares. Assim, algumas perguntas acompanhavam nossos trajetos (meus e dos alunos), fazendo com que abrissemos nossos ouvidos à escuta das músicas da cidade e, ao mesmo tempo, ampliássemos nossos horizontes sobre o que se pode considerar – ou não – música.

É neste momento que Murray Schafer, compositor e educador musical canadense, adentra minha caminhada de professora-pesquisadora com maior intensidade: seria quase impossível entender as ruas e suas sonoridades sem levantar questionamentos acerca da “paisagem sonora”.

Termo criado por Schafer, “paisagem sonora” se refere a todos os sons que se encontram ao nosso redor, estejam eles nas salas de concerto ou fora delas - nas ruas, dentro

---

<sup>31</sup> O CETEP Barreto (Centro de Educação Técnica e Profissionalizante) é uma das unidades da Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC), cuja sede se situa em Quintino – RJ. O CETEP Barreto localiza-se no bairro do Barreto, na cidade de Niterói – RJ. Muitos alunos que freqüentam o CETEP residem em São Gonçalo (RJ), daí a familiaridade com o “pregão do boleiro”.

de casa, nos espaços que a natureza nos oferece, entre outras possibilidades. O termo refere-se, portanto, ao “ambiente sonoro”, seja ele “real” ou construído, como uma composição musical, por exemplo (Schafer, 2001, p. 366).

Empregamos a expressão ‘paisagem sonora’ (*soundscape*) para descrever o meio acústico; esse neologismo inglês é formado a partir do termo *landscape* (paisagem). Trata-se, na verdade, de uma espécie de paisagem, mas com propriedades diferentes. Pensemos em todas as pessoas que nos ajudaram a definir o significado de paisagem: os geólogos estudaram sua estrutura, os geógrafos as formações de superfície, os pintores e poetas a descreveram, os jardineiros e engenheiros lhe deram forma, os arquitetos e urbanistas a embelezaram. Mas quem se preocupou em estudar a paisagem sonora? Esta é uma disciplina que temos de aprender agora, ou melhor reaprender. (Schafer, 1977, p. 5)

Como Schafer, acredito que entender a “paisagem sonora” significa refletir sobre como vivemos, sobre nossa relação com os sons e o mundo. Escutar a “paisagem sonora” significa escutar o mundo que nos cerca, refletir sobre ele e até mesmo, compreender que temos a possibilidade de transformá-lo.

Compreender a “paisagem sonora” significa, portanto, pensar a possibilidade de “ler o mundo” (Freire, *op. cit.*) por meio da escuta, algo que já fizemos em outros períodos históricos, quando escutávamos o mundo de forma mais aguçada; algo comum quando vivíamos exclusivamente da caça e dependíamos do sentido da audição para a sobrevivência; algo que vimos esquecendo ao longo dos tempos, pois, “no ocidente, o ouvido cedeu lugar ao olho” (Schafer, 2001, p.27).

Se o olho vem conduzindo de forma hegemônica nossas relações com o mundo, o que dizer da escuta e de sua relação com as diversas “paisagens sonoras”? É possível pensar essas “paisagens” sem nos remetermos a questões referentes à escuta?

Mais uma vez, é Schafer (2001) quem trago ao diálogo, pois qualquer análise da “paisagem sonora” virá sempre acompanhada das “mudanças sobrevindas nos hábitos perceptivos de uma sociedade, nos quais figura e fundo trocam de papel” (p. 145).<sup>32</sup>

Se a “paisagem sonora” vem se transformando de maneira intensa após as duas guerras mundiais, é preciso dizer que as formas de escutar o mundo, os modos de ouvi-lo, também vêm se modificando. Em suma: se a “paisagem sonora” não pode ser concebida como algo estático, mas como “dinâmica e transformável”, como diria Schafer (2001, p.11), assim também devemos pensar em relação à escuta.

Um exemplo trazido por Schafer pode auxiliar-nos a entender as mudanças nos hábitos sonoros urbanos, provocados, principalmente, pela Revolução Industrial. Segundo o autor, a entrada das máquinas e as mudanças provocadas por essa Revolução trouxeram a “linha contínua”, que caracteriza o registro gráfico dos sons das máquinas. Ao explicar o conceito de envelope sonoro (ou assinatura), Schafer revela a singularidade do registro gráfico horizontal, redundante e contínuo, dos sons das máquinas. Trata-se de envelopes que, segundo Schafer, não são habitualmente encontrados na natureza (Fig. 13).<sup>33</sup>

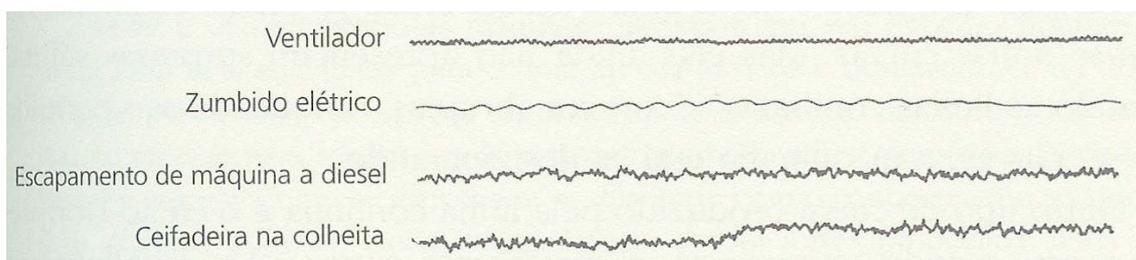


Figura 13

<sup>32</sup> É importante destacar que os termos “figura” e “fundo” são utilizados, neste trabalho, a partir das referências de Schafer (2001), que, por sua vez, baseia-se em termos oriundos da percepção visual. Para Schafer (*op. cit.*), “de acordo com os psicólogos da Gestalt, que introduziram a distinção, a figura é o foco de interesse e, o fundo, o cenário ou contexto. A isso foi acrescentado, mais tarde, um terceiro termo, *campo*, significando o lugar onde ocorreu a observação” (p. 214, grifo do autor). Schafer faz uso desses conceitos, tendo em vista que eles “fornecem uma estrutura para organizar a experiência” (Schafer, *op. cit.*, p.215). No trabalho, utilizaremos os termos com o mesmo fim.

<sup>33</sup> Mas como há exceção para toda regra, não poderia ser diferente no caso dos sons: “a estridulação contínua de certos insetos, como as cigarras” (Schafer, 2001, p.116) também apresenta um registro em linha horizontal.

O artista, professor e escritor Achim Wollscheid, que vem trabalhando com a relação entre som, luz e espaço arquitetural, também traz questionamentos interessantes sobre a relação entre ambiente/espaço e som. A principal questão trazida por Wollscheid diz respeito à que tipo de “que mudança ou transformação o som provoca no espaço e vice-versa”<sup>34</sup> (Wollscheid, 1999, p. 5). Se introduzirmos o ouvinte como mais um elemento importante na pergunta formulada pelo artista, poderemos compreender melhor que estes três fatores – espaço, som e sujeito - se interligam e interagem, e que, portanto, fazem-nos “escutar de diferentes formas as diferentes coisas”, como assinalou Schafer.<sup>35</sup>

Assim sendo, é possível afirmar que as formas de ouvir estão, como as diversas “paisagens sonoras”, sempre em movimento e mudança.

Há que se ressaltar, portanto, a diferença existente entre os termos ouvir e escutar:

Marcamos a distinção entre ouvir e escutar: para ouvir, basta-nos que os ouvidos sejam capazes, fisiologicamente, de captar o som; para escutar, é necessário que haja intenção deliberada, por parte de quem ouve, em desejar captar o som. Os diferentes níveis de audição musical foram exaustivamente estudados por Pierre Schaeffer. Para ele, estes níveis chegam a quatro: ouvir, escutar, entender – note-se que em francês *entendre* traduz-se igualmente por entender e ouvir – e compreender. (Valente, 1999, p. 35)<sup>36</sup>

Entre o que se ouve nas ruas e o que se escuta nelas, há uma enorme diferença. De acordo com a origem etimológica do termo, escutar - do latim, “*ausculto*”- significa “ouvir com atenção” (Houaiss, 2001, p. 1213).

Mas o que se ouve nas ruas? O que se pode, por meio de sua escuta, apreender?

Para se ouvir, é preciso apenas que o sujeito tenha uma audição capaz de perceber os sons que o circundam. Entretanto, o que se escuta nas ruas vai depender muito de “quem”

<sup>34</sup> “What change or transformation sound does to space and vice versa” (Wollscheid, 1999, p.5)

<sup>35</sup> Estas diferentes formas de escutar se dão entre sujeitos diferentes, mas também podem coexistir em um só sujeito, de acordo com as mudanças provocadas pelos diferentes contextos em que vive.

<sup>36</sup> Dialogando com Valente, gostaria de acrescentar que Pierre Schaeffer trata os diferentes níveis de audição como interdependentes, ou seja, podemos compreender porque podemos ouvir, escutar e entender os sons que chegam aos nossos ouvidos. Para mais informações, ver SCHAEFFER, Pierre. *Tratado dos objetos musicais*. Brasília: Editora da UNB, 1993.

escuta, pois “escutamos de diferentes maneiras as diferentes coisas, e há abundantes indícios que supõem que não somente os indivíduos mas também as sociedades escutam de modos distintos” (Schafer, 1994, p.9)<sup>37</sup>.

Nesse sentido, tomo de empréstimo o termo “lugar praticado” de Michel de Certeau (1996), porque me parece muito preciso para entender a trajetória de escutas que cada ouvinte desenvolve ao longo de sua relação com o mundo sonoro.

*O espaço é um lugar praticado.* Assim a rua geometricamente definida por um urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres. Do mesmo modo, a leitura é o espaço produzido pela prática do lugar constituído por um sistema de signos – um escrito (Certeau, 1996, p. 202, grifo do autor).

Como cada pedestre ou leitor, cada ouvinte também transforma os sons que chegam aos seus ouvidos pela relação que esses sons travam com suas vivências e experiências.

Assim, é preciso compreender que, para cada ouvinte, uma mesma paisagem pode ser ouvida de forma completamente diferente: a intensidade dos sons de uma cidade pode até ser compreendida como um fator problemático das grandes cidades da contemporaneidade, mas o que dizer daqueles que não vivem sem esse burburinho? O que dizer de escritores como Dickens que necessitava do barulho das ruas para escrever, como relata Walter Benjamin (1994, p. 46)?<sup>38</sup> O que dizer dos vendedores ambulantes que, além de ouvirem uma “paisagem sonora” aparentemente ruidosa durante uma jornada de trabalho, ainda insistem em com ela competir, apregoando seus produtos?

Essas relações diferenciadas entre sujeitos ouvintes e espaço são tratadas de forma interessante no trabalho do artista Steve Peters, que trabalha com *performances* ao vivo, dança, teatro e rádio. Peters propõe uma obra interessante: o *performer* escolhe um lugar o

---

<sup>37</sup> “(...) escuchamos de diferentes maneras las diferentes cosas, y hay abundantes indicios como para suponer que no solamente los individuos sino las sociedades escuchan de modos distintos” (Schafer, 1994, p. 9).

<sup>38</sup> “(...) Dickens se queixará da falta do barulho da rua, que era indispensável para sua produção. ‘Não saberia dizer como as ruas me fazem falta – escreve em 1846 de Lausanne (...) É como se as ruas me dessem ao cérebro algo de que não se pode prescindir se quiser trabalhar. Uma semana, quatorze dias, posso escrever maravilhosamente num sítio afastado; mas um dia em Londres basta para me reerguer... E a fadiga e o trabalho de escrever, dia após dia, sem essa lanterna mágica são monstruosos...meus personagens parecem querer paralisar-se se não têm uma multidão ao redor” (Benjamin, 1994, p. 46).

qual gostaria de visitar e a partir do qual narrará suas sensações e elaborará uma descrição, registrando tudo com um gravador.<sup>39</sup> Peters revela que, embora peça aos *performers* a descrição dos lugares, estas descrições vêm completamente encharcadas de comentários, opiniões e sensações muito pessoais. O que destaca de seu trabalho é justamente a completa subjetividade de quem narra. Segundo o artista: “cada um de nós está criando o mundo a cada momento por meio de nossa percepção”, percepção esta, “filtrada por nossos pré-conceitos pessoais e pelos limites de nossa consciência” (Peters, 1999, p. 70).<sup>40</sup>

E qual seria a percepção dos ouvintes de hoje sobre as ruas? Se é o olho quem, primordialmente, vem guiando nossas “leituras” cotidianas do mundo, o que dizer então das diversas “paisagens sonoras” e de suas relações com os ouvintes do mundo contemporâneo?

Para Meyer (1994), vivemos uma época de “privação sensorial”, pois uma mudança marcante se revelou nas formas de ouvir da contemporaneidade: mudamos das experiências coletivas das salas de concerto para uma escuta solitária e individual dos aparelhos de som caseiros e *walkmans*. Estamos cercados, nos espaços públicos, por uma escuta que privilegia a música de fundo dos elevadores e supermercados.

Meyer discorda da crença de que apenas uma quantidade pequena da população tenha acesso a performances ao vivo. Mas é preciso identificar o contexto do qual Meyer trata: para ele, o que está em jogo é a quantidade de tempo que um indivíduo se expõe a performances ao vivo - uma quantidade infinitamente menor, se comparada à exposição deste mesmo indivíduo à música gravada. Um outro aspecto abordado por Meyer para explicar a “privação

---

<sup>39</sup> A partir daí, o artista sugere possíveis variações: o *performer* não precisa falar todo o tempo; não precisa necessariamente respeitar uma duração; pode posteriormente editar suas gravações, combinando-as com uma versão em estúdio com a narração baseada em suas lembranças do local; pode criar uma descrição imaginária; pode combinar a descrição e os sons de diferentes locais, entre outras tantas possibilidades. Uma destas obras é publicada no livro *Site of Sound: of Architecture & the Ear* e mostra o resultado de uma destas *performances* realizada por uma mulher, que descreve os sons da rua, dos passantes e acaba por levantar raízes de sua própria história durante a narração.

<sup>40</sup> “each of us is creating the world at very moment through our perception of it as filtered through our personal biases and the limits of our awareness, that there are as many different simultaneous realities as there are sentient beings to experience them. My intention is to invoke that multiplicity for all who hear the work” (Peters, 1999, p. 70).

sensorial” é o acesso da população aos equipamentos portáteis e ao enorme número de gravações disponíveis. Segundo ele, esta forma de ouvir, distante da forma de ouvir um intérprete ao vivo, revela um “declínio de intensidade envolvido no ato de escutar” (p.319), pois, mesmo que um ouvinte se sente concentradamente numa sala para ouvir música, ele não viverá a mesma experiência que um ouvinte vive numa sala de concerto, em que outros sentidos são envolvidos ao presenciar o intérprete em ação.

O que eu quero discutir é que sentar-se em frente a um par de caixas de som - não importa o quão fantástica seja sua fidelidade - envolve um tipo de privação sensorial. Observações ordinárias indicam que muitas pessoas, quando não estão em um contexto de “música ao vivo” (mesmo os mais devotos da música clássica) *fazem* algo enquanto escutam a música: alguns lêem, outros escrevem; alguns cozinham, outros comem; alguns limpam a casa, outros escutam (ao invés de cantar) no chuveiro; e, com o advento do equipamento portátil, alguns correm e outros escutam em transportes públicos ou enquanto dirigem. (Meyer, 1994, p. 320)<sup>41</sup>

Por não dedicarmos atenção especificamente direcionada à música, acabamos desenvolvendo uma escuta que Meyer define como “intermitente”, “casual”, onde a música não é figura, mas permanece como fundo. Ligamos e desligamos o rádio na hora desejada, quando saímos do carro; apertamos a tecla *off*, quando estamos prontos para o trabalho e saímos de nossas casas; compramos ao som de música ambiente; aguardamos nos aeroportos, na sala de espera do dentista, ao som de música; e esperamos ao telefone com a repetição irritante da mesma música: uma música de fundo que traz como maior característica a redundância – “música com um pulso regular e com uma métrica coerente.” (Meyer, *op. cit.*, p. 321).

Sobre a música que permanece como fundo, trata também Anahid Kassabian (2001), que elege como foco a “onipresença da música” em nossas vidas. Como Kassabian observa,

---

<sup>41</sup> “What I want to argue is that sitting in front of a pair of loudspeakers – no matter how fantastic their fidelity – involves a kind of sensory privation. Ordinary observation indicates that when not in a “live-music” context many people (even the serious devotees of classical music) do something while listening to music: some read, others write; some cook, others eat; some clean house, others listen (instead of singing) in the shower; and, with the advent of portable equipment, some jog and others listen while riding public transportation or driving” (Meyer, 1994, p. 320).

onde quer que estejamos, estamos rodeados por música, seja no elevador, no cinema, seja pela música veiculada pela televisão, pelos *videogames*, entre outras tantas possibilidades. Músicas que servem como fundo e muitas vezes nele se perdem, confirmando a análise de Meyer sobre a escuta intermitente.

Os exemplos trazidos por Kassabian podem ilustrar esse tipo de escuta: ao solicitar que seus alunos escrevessem um ensaio sobre uma emissão radiofônica por aproximadamente meia hora, Kassabian teve algumas surpresas. Alguns confessaram terem deixado a música, objeto principal de suas análises, em segundo plano. Um aluno, após dez minutos, levantou-se para lavar pratos; um outro, que se declarou como um ouvinte diário de música, revelou ter o hábito de pousar o *headphone* sob o travesseiro para dormir, além de ouvir música durante toda a jornada de trabalho – como fundo, obviamente. Muitos confessaram, ainda, ter a música como uma aliada que se destina a preencher o vazio, corroborando, portanto, a mesma ideologia do Muzak.

Como detecta Kassabian, na contramão do silêncio, se instala a onipresença da música e, por esta onipresença, uma nova escuta se impõe. Trata-se de uma escuta onipresente e dominante, que se dá em todos os lugares, acompanhando outras atividades - um tipo de escuta que a autora denomina “*ubiquitous listening*”. Esta denominação se deve não somente à onipresença da música em nosso cotidiano, mas, também, à ausência da revelação permanente de uma fonte sonora específica: a fonte sonora parece ser qualquer lugar e, desta forma, ela se mostra como quase “natural”, própria do ambiente.

Tanto Kassabian quanto Meyer tratam de um tipo de escuta que desenvolvemos devido às mudanças nas “paisagens sonoras”, sejam elas de qualquer natureza.

Por meio do que venho vivenciando em minha pesquisa de campo, da qual tratarei adiante, é possível afirmar que este tipo de escuta (intermitente, casual e onipresente) se apresenta de forma intensa na cidade.

Em suas ruas, muitas vezes, precisamos da escuta intermitente, onde se alternam o ouvir e o escutar; em suas ruas, é possível constatar que as fontes sonoras nem sempre se revelam, ou ainda, muitas vezes, se cruzam de formas inesperadas, como que “naturais” à “paisagem” turbulenta da cidade; em suas ruas, a “paisagem sonora” pode se tornar figura ou fundo, embora, em ambos os casos, elas consigam chegar ao ouvinte, pois o ouvido “não possui pálpebras”, como já afirmou Schafer (1996).

Escutar as ruas significa também se apropriar – conscientemente ou não – dos sons que nela se encontram. Muitas vezes, não nos damos conta de que, mesmo quando apenas ouvimos as ruas, seus sons de “fundo” conseguem nos atingir de alguma forma. Não por acaso, gravamos, em nossas memórias, músicas de propagandas antigas, as quais nem mesmo sabíamos ter retido. Não por acaso, ao falar de pregões em congressos ou discussões, as pessoas se surpreendem por se lembrarem de pregões antigos que fizeram (ou fazem) parte de suas vidas. A Muzak se aproveitou desta “ausência de pálpebras” e da facilidade com que as músicas de fundo se instalam em nossas memórias para “traduzir sua marca numa linguagem que fala ao coração”...<sup>42</sup>

É possível afirmar que, na “Era” da onipresença da música, encontramos-nos diante de uma guerra musical. Para Schafer, com as novas tecnologias, a quantidade de sons que povoam nosso ambiente aumentou, intensificando-se também a “guerra pela posse de nossos ouvidos” (Schafer, 2001, p. 12). É em meio a essa “guerra” que os vendedores vão lutar pela conquista e sedução do passante-ouvinte. É em meio a essa “guerra” que música, gesto, corpo e grito vão se entrelaçar e buscar, com toda a criatividade possível, agarrar o passante distraído.

---

<sup>42</sup> “Muzak translates your brand into a language that speak to the hearth”. Citado em [www.muzak.com](http://www.muzak.com). Acesso em: 31 ago. 2006.

## 2.2 - OS PREGÕES NA “PAISAGEM SONORA” NITEROIENSE: UMA ETNOGRAFIA

As cidades surgem produzindo um espaço de circulação. Para além das casas familiares, a rua abriga desde o início nas cidades os encontros com estranhos, o contágio de idéias e doenças, a mistura que vem com o acesso aos lugares e a ocupação do espaço público. (Caiafa, 2002, p.18)

Se a cidade é o lugar da dispersão, dos cruzamentos, do “encontro com estranhos”, como tão bem revelou Caiafa em sua pesquisa sobre o transporte coletivo na cidade do Rio de Janeiro, a escuta, de alguma forma, vai provocar o ajuntamento, a aproximação: algo que pode tocar o passante à distância.

Parece ser justamente por esse toque à distância que o vendedor que apregoa seus produtos em meio à rua consegue mobilizar um possível comprador.

Mas sendo o centro da cidade apenas um “lugar de passagem” (Caiafa, *op. cit.*), seria o pregão realmente eficiente para “tocar” à distância? De que artifícios o vendedor ambulante faz uso para “fisgar” seus possíveis clientes? O que se vende e o que se compra nas ruas da cidade?

Eram essas algumas perguntas que trazia comigo ao iniciar o trabalho de campo no Centro da Cidade de Niterói – Rio de Janeiro.

Uma primeira constatação é a de que, no centro da cidade, é impossível “fazer ouvidos de mercador”: há tantos sons e tantos pregões, que, mesmo o ouvinte mais distraído, um dia acaba “fisgado” pelo “anzol” dos camelôs.<sup>43</sup> Em qualquer esquina, lá eles se fazem presentes: às vezes, intimidados pela fiscalização; às vezes, audaciosos, ao lado dela; outras vezes,

---

<sup>43</sup> O termo camelô tem sua origem no árabe *khamlat*. Segundo o jornalista Márcio Cotrim (2005), *khamlat* era o “nome que se dava aos tecidos rústicos comercializados em feiras livres e apregoados aos berros pelos vendedores, os camelôs de séculos atrás. Foi quando se popularizou na França, o verbo *cameloter*, vender quinquilharias, coisas de pouco valor, na palavra eloqüente e vibrante do **camelô**” (p. 46-7).

apenas retraídos, esperando o momento mais oportuno para se revelarem em suas performances.

Os camelôs, que hoje em dia não vendem somente “quinquilharias”, usam os pregões por todo canto: nas ruas, nas praias, nos estádios, nas feiras, em caminhões, em microfones, enfim, aparecem por toda a parte e de todas as maneiras.

Andar à sua procura, compreender seus percursos no espaço da cidade significa, também, entender o contexto em que são criados, ouvindo a “paisagem sonora” de formas diferentes dos modos de escutar eleitos nas escolas de música. Uma nova escuta se impõe, pois os modos de escutar desenvolvidos nas escolas não parecem ser suficientes para a música que a cidade apresenta. Há que se desenvolver uma “escuta nômade” para escutar os pregões na cidade (Santos, 2002):

Como um nômade, o ato de escutar torna-se um vagar de qualquer lugar a qualquer lugar, a qualquer momento, deixando de lado pontos de vista fixos, lançando-se ao próprio jogo da sensação. O trajeto mobiliza a escuta. (Santos, 2002, p.21).

Neste trajeto que “mobiliza a escuta”, o ouvinte pode mesmo se surpreender: uma “escuta nômade” acaba por ampliar e alargar as concepções estreitas sobre música e ruído. Embora a música do século XX tenha batido muito nesta “tecla”, há ainda os que não pensam a música como “sons à nossa volta”, como bem definiu Cage (Cage *apud* Schafer, 1996, p. 120 ).

Foi justamente pensando nos pregões como música própria daquela “paisagem sonora”, que pude sentir e escutar a cidade de outras formas.

Ao optar pela realização de uma etnografia, compreendia que, como passante diária do Centro ao qual me referi, era eu, também, um sujeito da pesquisa, que adotava, então, uma postura bastante diferenciada da “atitude *blasé*” comum nas grandes cidades, tal como assinalou Simmel (1987). Tinha de esforçar-me no sentido de transformar a indiferença

comum de passante, tentando modificar a percepção “fosca e plana” dos sujeitos e do espaço pesquisado, onde “objeto algum merece preferência sobre outro” (Simmel, *op. cit.*, p. 16).

Realizar a etnografia significava, também, entender a fragilidade e a mutabilidade do campo, pois a configuração urbana do centro de Niterói – ou de qualquer outro centro - é sempre provisória. O cotidiano é, a cada dia, reinventado pelos pedestres que na cidade circulam.

Ainda, por meio de uma pesquisa etnográfica, poderia ir além do som escutado e gravado, perceber vozes, corpos e gestos num contexto no qual estavam inseridos. Contudo, há que se ressaltar que a opção por não filmar se deu pela simples razão de objetivar a pesquisa captar o real da forma mais natural possível, sem que os vendedores ficassem constrangidos ou “motivados” para realizar algo diferente do habitual por se sentirem vigiados. A opção foi acertada, tendo em vista que, ao optar por realizar algumas fotos, houve camelôs que se recusaram, ou ainda, o fizeram temerosos, perguntando se eu era jornalista ou se eu poderia prejudicar seu trabalho.<sup>44</sup>

É interessante notar quanto o tema parece familiar às pessoas. Exemplos interessantes podem ser encontrados no livro *Memórias de Velhos*, de Éclea Bosi, em que muitos entrevistados relatam suas lembranças sobre o passado, relembando pregões que fizeram parte de suas vidas. Outro exemplo me foi dado durante um Colóquio organizado pelo PPGM<sup>45</sup>, na própria UNIRIO, em que uma mãe relatava uma ida ao teatro com seu filho de apenas dois anos que, ao chegar em casa, imitava o pregão do vendedor de balas, que também vendia “chiiicrete”.

Ainda, em reportagem recente do Jornal *O Globo* (Scofield, 2006), um chinês de 70 anos, Zhang Zhenyuan, apresentava a coleção feita com a ajuda da família e de amigos: “um museu particular sobre os ambulantes e os mercados de Pequim”. Zhenyuan conseguiu reunir

---

<sup>44</sup> Queiroz (*op. cit.*) também comenta o assunto. Inicialmente, utilizava a câmera, mas percebeu que a “falta de discrição” provocada pelo aparelho prejudicava a coleta. Por essa razão, optou pelo gravador (p. 15).

<sup>45</sup> Programa de Pós-Graduação em Música da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO).

fitas-cassete, letras e partituras e revelou as lembranças dos mercados de sua infância, onde vendedores, artistas, cartomantes, acrobatas e contorcionistas atraíam a população aos mercados públicos, como o Tianqiao - uma das “principais fontes de entretenimento da população na Pequim antiga” (p. 45).

A diversão registrada na entrevista parece muitas vezes estar presente em meio às ruas do centro da cidade de Niterói, pois, apesar da fiscalização, muitos vendedores conservam uma veia humorística.

Se a escolha por um tema tão familiar pode não gerar tantos questionamentos, é importante, contudo, justificar a escolha da cidade. Ela se deu por duas razões principais: por ser uma passante que tinha alguma familiaridade com seu centro, pois era lá que praticamente todos os dias tomava ônibus para ir ao trabalho, ou seja, tratava-se de um lugar com o qual mantinha alguma intimidade, e por ter já iniciado uma escuta mais interessada sobre o local, conforme assinaléi anteriormente quando me referi às pesquisas realizadas junto a meus alunos.

Nestas idas ao trabalho, chamava-me a atenção a grande quantidade de vendedores ambulantes que circulavam pela cidade, embora a situação mudasse de acordo com a época, com a temperatura, com as “ordens” dos governantes locais – ou melhor, com a ausência ou a presença da fiscalização.<sup>46</sup> Chamava-me a atenção a grande quantidade de vendedores ambulantes e a riqueza de sonoridades que o centro apresentava: seus cruzamentos, seus (des)encontros, suas harmonias nada “tradicionais” e, sobretudo, as invenções de que cada vendedor se valia para atrair o consumidor.

---

<sup>46</sup> É importante frisar que, nas épocas próximas ao Natal, não há fiscalização que “segure” o aumento da presença maciça de vendedores nas ruas, inclusive, com artigos que atendam à demanda da época. Ainda, é importante também deixar claro que nem sempre a fiscalização é um empecilho. Um dos vendedores de pilha e super bonder, Edmilson, ao ser perguntado sobre a fiscalização, respondeu-me que a achava ótima, pois o número de concorrentes diminuía, já que, muitos vendedores, fugindo do Rio, estavam superlotando o centro de Niterói.

As visitas ao campo se deram durante o Curso de Doutorado, compreendendo variados dias dos meses de maio, junho, julho e dezembro de 2004; março, julho, novembro e dezembro de 2005 e janeiro e julho de 2006. Esta aleatoriedade sazonal se deveu, principalmente, ao fato de que, em 2005, mudei-me para a cidade de Brasília, ficando as visitas ao campo, na cidade de Niterói, restritas às viagens à cidade. Entretanto, a mudança, que aparentemente poderia definir-se como um fator negativo para o desenvolvimento da pesquisa, revelou-se uma grande riqueza. Em primeiro lugar, pude realizar algumas comparações entre as “paisagens sonoras” de Brasília e Niterói. Em segundo lugar, a cada nova visita à cidade, as formas de escutar e olhar vinham carregadas de um olhar ainda mais curioso sobre o campo, em que muitas mudanças saltavam aos olhos.

O que passo a relatar é fruto da escuta sempre atenta que dediquei durante esses “passeios sonoros” pela cidade e também de observações realizadas em outros momentos, quando, de passagem pela cidade, pude perceber situações interessantes para a pesquisa.

Em relação ao espaço pesquisado, optei por realizar um mesmo trajeto em dias e horários diferentes: um trajeto fixo – do ponto de ônibus em frente ao Plaza Shopping, situado à Rua XV de Novembro, à Avenida Amaral Peixoto (nas primeiras caminhadas), depois, se estendendo até a frente do terminal rodoviário.<sup>47</sup> A definição de um trajeto fixo se deu, principalmente, pela cidade se revelar como um espaço singular a cada segundo: a variação de camelôs e mercadorias, a cada visita, era enorme, influenciada pela presença ou ausência da fiscalização.

---

<sup>47</sup> Para maior clareza sobre o trajeto, exponho um mapa do centro da cidade de Niterói, entre as ruas XV de Novembro e São João. Retirado do site: [www.apontador.com.br](http://www.apontador.com.br). Acesso em: 05 ago. 2004.



possui vários tipos de lojas: de tecido, de roupas infantis, de 1,99<sup>48</sup>, de discos, entre outras. Exatamente no meio da rua, havia uma fila de camelôs que utilizavam armações de ferro cobertas com lona azul e eram sempre os mesmos, que vendiam muitas coisas diferentes. Todavia, para minha grande surpresa nesta rua não havia pregão... Pelo menos não os ouvi quando por ela passei.

Qual o motivo? Teriam os vendedores freguesia certa? Funcionariam eles como os comerciantes da rua, apesar de se instalarem de forma diferente?

Essas são questões que ficaram sem respostas, até porque, ao voltar a caminhar por esta rua, já após minha mudança para Brasília, constatei que a fiscalização ali se impunha de forma tal que ficara a rua sem as tradicionais barracas do meio, como mostra a foto abaixo.



Figura 15 – Rua Almirante Teffê

---

<sup>48</sup> Lojas de 1,99 são estabelecimentos que vendem todos os tipos de produtos a preços baixos, mas nem sempre a 1,99, como o nome sugere.



Recortes de jornais também serão convidados ao diálogo com esta pesquisa, tendo em vista que revelam a visão dos habitantes da cidade em relação aos pregões e aos vendedores que o emitem.

Com um gravador digital – “nem sempre à mão”, aventurei-me pelos caminhos nada silenciosos da cidade, observando a ação dos vendedores, escutando seus corpos e suas vozes, gravando em arquivos sonoros o que escutava. Há que se destacar, contudo, que nem sempre o gravador digital funcionou como deveria, ou melhor, nem sempre fui muito perspicaz no uso desta nova tecnologia.

Muitas vezes, também, caminhando pela cidade de forma descompromissada, sem o equipamento de gravação à mão, me vi envolvida em situações inusitadas que não poderia deixar de mencionar nesta pesquisa, apesar da ausência do registro sonoro. Um deles ocorreu em meio às compras em uma papelaria no centro da cidade, quando fui seduzida por um pregão que invadia a papelaria na voz de um homem alto, magro e negro. Ele anunciava: “Madeirão! Madeirão! Madeirão!” e vestia uma roupa de chefe de cozinha, com direito a chapéu e tudo mais. Acompanhando sua voz, um pandeiro fazia um toque que se aproximava do seguinte ostinato rítmico: colcheia pontuada e semicolcheia em um pulso, seguidas de duas colcheias em outro pulso (pelo menos foi isso o que registrou minha memória auditiva...). Em conversa informal com a moça do caixa, descobri que todos os dias esse mesmo homem sai pelas redondezas para anunciar o “Madeirão”- um restaurante a quilo numa rua próxima. Percebi como ele é conhecido naquela área, pois alguns vendedores da papelaria com ele trocavam palavras sobre a roupa, que havia sido suja por alguma razão que não captei. Mas o gravador não estava ali...<sup>49</sup>

Duas outras situações interessantes ocorreram quando, em descanso nas areias da Praia do Leblon, comecei a observar a ação dos vendedores que ali circulavam. A primeira

---

<sup>49</sup> O pregão parece alcançar seus objetivos: tendo passado outro dia pelo centro, identifiquei o restaurante e, se a tabuleta do “Madeirão” passaria como mais uma informação comum, desta vez, chamou-me a atenção. Relacionei a tabuleta diretamente ao “mestre cuca” do Madeirão.

vez ocorreu em 01 de janeiro de 2006 e, a segunda, no Carnaval do mesmo ano, ambas nas proximidades do conhecido “Baixo Bebê”. O que me faz trazer essas observações à pesquisa é a forma com que os vendedores anunciavam seus produtos e a conversa informal que travei com um dos vendedores do “Sorvetes Itália”, a qual trarei mais adiante. É possível, entretanto, adiantar uma observação importante sobre os pregões utilizados na praia pelos vendedores: pelo que pude escutar, na praia, o vendedor não menciona preços, o que na cidade é muito comum - pelo menos foi exatamente a ausência do preço no pregão o que mais chamou-me a atenção na praia neste dia.

Ainda, outras situações inesperadas ocorreram durante estas caminhadas, tais como, interrupções de passantes para solicitação de alguma informação, bem como a ausência total de pregões nas ruas pesquisadas, o que teve como consequência a falta de coleta de material em determinados períodos. Geralmente, o silêncio ocorria pela presença maciça dos “homens de preto”, que, posteriormente, transformaram-se em “homens de cáqui”- homens da fiscalização.<sup>50</sup>

Há muitos fiscais - “homens de preto”. contei pelo menos uns onze na Rua do Plaza, todos em dupla ou trios, uniformizados. Entendi o silêncio e imaginei não ter mais nada para a pesquisa(...) (Caderno de Campo, 14/07/04, aproximadamente 13h).

Dia 12/07/06 – Centro de Niterói: O campo parecia ter sumido... Não havia camelôs nas barcas, somente mais a frente, em frente à loja Caçula, todos com suportes leves e fáceis de levar. Ouvei um camelô dizendo: “Eles estão sondando”. Acho que ele se referia a um guarda municipal que se aproximava. Vi um camelô com um plástico preto retangular colocado sobre o chão com a mercadoria em cima. Em cada uma das quatro pontas havia um barbante que, ao se juntar com a ponta da extremidade que lhe fazia par na diagonal, formava um X, que poderia ser puxado pelo camelô a qualquer momento. Havia outros com caixas de papelão, caixotes de madeira e, na Rua Visconde de Uruguai<sup>51</sup> observei outros camelôs. Talvez fossem os que antigamente ficavam na Rua Visconde do Rio Branco – a rua das barcas.

Em alguns momentos, o que havia era o fundo ruidoso dos carros e ônibus e um sumiço

<sup>50</sup> O uniforme dos guardas municipais era preto. Posteriormente, notei que mudaram para cáqui. O trocadilho “homens de preto” é usado por haver um filme americano com este mesmo título, contudo, com assunto totalmente diverso do que trato agora.

<sup>51</sup> Trata-se de uma continuação da Rua Almirante Teffé. O trajeto fixo inicialmente traçado era, então, ampliado por conta das necessidades da pesquisa.

aparente dos camelôs. Outras vezes, um silêncio relativo, sem pregões para minha escuta que desejava captá-los.

Uma outra situação bastante freqüente que ocorreu durante a pesquisa tem relação com a intensidade sonora dos sons da cidade. Muitas vezes, a “paisagem sonora *lo-fi*”, conceito trazido por Schafer (2001), encaixava-se de forma precisa na escuta da cidade. Melhor dizendo: muitas vezes, o que havia era um cruzamento de sons que não permitia uma audição clara dos pregões. Especialmente no centro de Niterói – RJ, uma profusão de sons acarretava um tipo de paisagem em que os sons se embaralhavam, se misturavam em alto grau de intensidade, incomodando alguns, fazendo rir outros, cruzando-se em vários canais, causando um tipo de “congestionamento” (Schafer, 2001, p. 107).<sup>52</sup>

É preciso ressaltar que, na cidade, um mesmo local que apresenta uma “paisagem sonora” extremamente ruidosa, também pode apresentar um ambiente silencioso em outros momentos, fazendo com que os dois tipos de paisagens alternem-se. Num mesmo local - como o Campo de São Bento, por exemplo – é muito comum escutarmos vendedores e atores de teatro de rua, bandas sinfônicas e apresentações de domadores de cachorros em algum momento, e, em outros momentos, escutarmos um silêncio que permite que os pássaros ou as águas do pequeno lago, localizado no parque, sejam ouvidas.

Assim sendo, os termos *hi-fi* e *lo-fi*<sup>53</sup> precisam ser complexificados e não podem ser entendidos como característica única de um ambiente sonoro. O que pode ser um ambiente *hi-fi* para alguns pode não ser para outros, devido à sua relação com o ambiente, sua formação e seus hábitos de escuta em relação à “paisagem sonora”.

---

<sup>52</sup> Para Schafer, mudanças advindas das revoluções industrial e elétrica transformaram completamente a relação do homem com o mundo e, conseqüentemente, com os sons. Um tipo de paisagem sonora denominada *hi-fi* (*high-fidelity*), existente predominantemente na zona rural, foi sendo paulatinamente substituída por um tipo de paisagem urbana que Schafer denomina *lo-fi* (*low-fidelity*). A diferença entre as duas é que a primeira “possui uma razão sinal/ruído favorável” e “permite ao ouvinte escutar mais longe, a distância” (Schafer, 2001, p. 71), com clareza e perspectiva. Já a segunda caracteriza-se por não permitir que os sons sejam escutados com clareza, tendo em vista que “os sinais acústicos individuais são obscurecidos em uma população de sons superdensa” (Schafer, 2001, p. 71).

<sup>53</sup> Estes termos serão utilizados no trabalho de acordo com a conceituação trazida por Schafer.

A relação entre o ambiente e o sujeito ouvinte tornou-se evidente quando comecei a escutar a “paisagem sonora” brasiliense. Como nova moradora de Brasília, assustava-me tamanha diferença em relação à “paisagem sonora” de Niterói – a “paisagem sonora” brasiliense do plano piloto parecia infinitamente mais calma e mais clara à escuta quando cheguei à cidade. Num primeiro momento, eu poderia até mesmo afirmar que, em comparação ao centro de Niterói, a “paisagem sonora” de Brasília possuiria características fortes de uma “paisagem sonora *hi-fi*”. Entretanto, mais uma vez, é importante ressaltar que a caracterização de determinada “paisagem sonora” como *hi-fi* ou *lo-fi* precisa ser questionada. Explico-me: no período de setembro e outubro a “paisagem sonora” brasiliense é completamente modificada pelas cigarras. Seu som pode se tornar insuportável, pode mesmo ser comparado ao de uma panela de pressão com alta intensidade. E elas já existiam antes das máquinas...<sup>54</sup>

Assim, como venho afirmando continuamente, definir uma paisagem como tipicamente *hi-fi* ou *lo-fi* pode ser uma precipitação.

Há, contudo, uma observação bastante pertinente sobre a relação entre a intensidade dos sons encontrada num tipo de “paisagem sonora *lo-fi*” e os pregões: o chamado “efeito Lombard” – aumento da intensidade da voz em ambiente com profusão de ruídos pela falta de um retorno auditivo suficiente.<sup>55</sup>

Uma competição entre a voz que carrega o pregão do camelô e o ruído intenso de máquinas, buzinas, carros, ônibus, entre outros meios que emitem sons intensos, provoca a alteração da intensidade da voz. A consequência do aumento na intensidade dos sons na cidade modifica a entoação da fala, e, conseqüentemente, a maneira de entoar do camelô. Baseada em Behlau e Pontes, Valente (1999) afirma que uma pessoa com audição

<sup>54</sup> Som das cigarras – faixa 1 do CD A (anexo).

<sup>55</sup> O “efeito Lombard” foi descoberto em 1909 pelo otorrinolaringologista E. Lombard do Hospital *Laboisière*, em Paris (Bailly, 2005).

considerada normal, tende, em meio a uma elevação de intensidade sonora, a colocar as “pregas em esforço e tensão”:

A ocorrência sistemática do efeito Lombard leva, muito provavelmente, a um enrijecimento no fraseado musical da fala, empobrecendo-a, pois afeta também a sensibilidade receptiva do órgão auditivo. Parece, assim, mais suscetível de ocorrer nas paisagens sonoras em que o índice de barulho é mais alto e constante. Murray Schafer endossa essa idéia, ao afirmar que o vínculo constante entre certas atividades cotidianas, lúdicas ou profissionais e a qualidade da modulação da voz encontra muitas vezes casos exemplares: não são poucos os pilotos do automobilismo que apresentam uma fala pouco modulada e nasalada. (Valente, 1999, p. 38)

A conclusão de Valente, leva-nos, mais uma vez, a reforçar o laço intenso entre os modos de ouvir e emitir os sons.

Tendo em vista as dificuldades geradas pela elevação da intensidade sonora no local de pesquisa - que trazia a necessidade de escutar de forma aguçada os pregões em meio à paisagem *lo-fi*, bem como o manejo imperfeito do gravador digital, optei por realizar arquivos curtos, a fim de poder organizar-me de forma melhor na análise posterior do material coletado. Os registros em caderno de campo eram feitos após às visitas à cidade, onde tentava capturar algumas impressões acerca do que havia observado, escutado e sentido durante as performances dos vendedores nas ruas.

### **2.2.1 - A voz, o grito e o gesto: sobre a performance dos pregoeiros**

Tendo explicitado algumas ações de ordem metodológica, inicio o diálogo teórico em que o termo “performance” torna-se central na discussão.

Tomo como base as definições trazidas pelo medievalista Paul Zumthor, que se viu em meio ao desafio de registrar sons medievais nas páginas sempre silenciosas que a mão escreve. Trago também à discussão Richard Bauman (1977), que trata da “arte verbal”, definindo o termo performance como um “modo de falar”, um modo de usar a linguagem em que as habilidades de quem narra são essenciais na condução da performance.

Zumthor (1997) define a performance como “uma ação complexa pela qual uma mensagem poética é simultaneamente, aqui e agora, transmitida e percebida. Locutor, destinatário e circunstâncias (...) se encontram concretamente confrontados, indiscutíveis” (p. 33).

Segundo Zumthor, o termo “performance” é utilizado largamente na dramaturgia nos anos 30 e 40 e o sufixo que acompanha o termo já anuncia “uma ação em curso”, que não é acabada. Performance refere-se a um “desejo de realização”, uma forma que jamais se completa. “Cada performance nova coloca tudo em causa. A forma se percebe em performance, mas a cada performance ela se transmuda.” (Zumthor, 2000, p. 38-9).

A primeira questão a ser sinalizada a partir de tal concepção é que o pregão também se dá em performance, pois sua “forma só existe na performance” (Zumthor, 2000, p. 34), não captando o gravador nada mais que uma de suas formas possíveis – e portanto, provisórias. Essa incompletude da forma fica clara quando Zumthor relata sua infância, na Paris dos anos 30, quando era apenas um estudante:

Nessa época, as ruas de Paris se animavam por numerosos cantores de rua. Eu adorava ouvi-los: tinha meus cantos preferidos, como a rua do Faubourg Montmartre, a rua Saint-Denis, meu bairro de estudante pobre. Ora, o que percebíamos dessas canções? Éramos quinze ou vinte troca-pernas em trupe ao redor de um cantor. Ouvia-se um ária, melodia muito simples, para que na última copla [estrofe] pudéssemos retomá-la em coro. Havia um texto, em geral muito fácil, que podia se comprar por alguns trocados, impresso grosseiramente em folhas volantes (...) O que nos havia atraído era o espetáculo. Um espetáculo que me retinha, apesar da hora de meu trem que avançava e me fazia correr em seguida até a Estação do Norte. Havia o homem, o camelô, sua parlapatice, porque ele vendia canções, apregoava e passava o chapéu (...); Havia um grupo, o riso das meninas(...) os barulhos do mundo e, por cima, o céu de Paris que, no começo do inverno, sob as nuvens de neve, se tornava violeta. Mais ou menos tudo isso fazia parte da canção. *Era* a canção. Ocorreu-me comprar o texto. Lê-lo não ressuscitava nada. Aconteceu-me cantar de memória a melodia. A ilusão era um pouco mais forte mas não bastava verdadeiramente. O que eu tinha então percebido, sem ter a possibilidade de analisar era, no sentido pleno da palavra, uma “forma”: não fixa nem estável, uma forma-força, um dinamismo formalizado; uma forma finalizadora (...) (Zumthor, 2000, p. 32-3, grifo do autor).

Sob o “céu de Niterói”, entendi que a forma se dá **em performance**, compreendendo o contexto, o lugar, o espaço, a situação, os sujeitos envolvidos (sejam eles público ou não) e o conteúdo do que se transmite. A forma é recriada e reinventada no momento em que todas as condições acima – lugar, situação, sujeitos – estão em jogo.

Não é possível pensar os pregões como forma acabada ou fixa, pois eles se “transmudam” a cada momento em que são lançados. São singulares, portanto.

Segundo Zumthor (2000), a história de um texto poético que tem como suporte tanto a “palavra viva” como a escrita, compõe-se de vários momentos: a “formação”, a “transmissão”, a “recepção”, a “conservação” e a “reiteração”.<sup>56</sup>

Tendo como suporte a “palavra viva”, nos pregões a “formação” se revela no momento da “transmissão” pela voz, na qual o pregão toma forma, é (re)criado e lançado pelo vendedor aos passantes, onde são entrelaçados voz, corpo e gestos. Juntamente a estes dois momentos, une-se a “recepção”, que “vai se fazer pela audição acompanhada da vista”. A “conservação” fica a cargo da memória. E a “reiteração” é o momento em que a “palavra viva é recriada, reinventada” (Zumthor, 2000, p. 76).

A “reiteração” é fundamental para o entendimento dos pregões – é o momento das “incessantes variações re-criadoras”, o que Zumthor denomina cuidadosamente de “movência”. Em meu ponto de vista, não haveria termo mais apropriado para se referir à singularidade de cada pregão lançado pela voz do vendedor. A “movência” dá a idéia de movimento de um pregão que se reconfigura, se recria, se reitera: um mesmo que se torna um outro, renovado no momento em que é apregoado.

O conceito de “movência” de Zumthor parece relacionar-se diretamente com o que Bauman denomina “qualidade emergente da performance”, ou seja, o aspecto criativo que toda performance carrega, sua singularidade. Somente essa singularidade ou “movência” de

---

<sup>56</sup> No livro *Introdução à poesia oral*, Zumthor utiliza outros termos, trocando “formação” por “produção” e “reiteração” por “repetição”. Opto pelos termos “formação”, por fazer referência à forma e “reiteração” por se referir o termo sobre uma forma que se repete, mas que já não é a mesma.

cada pregão pode explicar as variações constantes que cada pregão faz uso, como veremos adiante.

Na “palavra viva” do pregão que realiza o percurso “da boca ao ouvido” (Zumthor, 1993, p. 151), a “formação”, a “transmissão” e a “recepção” ocorrem num mesmo momento. Assim, ao se dar a performance de um pregão,

se mantém, de momento a momento, uma unidade muito forte, da ordem da percepção. Todas as funções desta (ouvido, vista, tato ...), a inteligência, a emoção se acham misturadas simultaneamente em jogo, de maneira dramática, que vem da presença comum do emissor da voz e do receptor auditivo, no seio de um complexo sociológico e circunstancial único. (Zumthor, 2000, p. 78)

Trata-se do que Zumthor denomina “performance completa” - uma “performance com audição acompanhada de uma visão global da situação de enunciação” (Zumthor, 2000, p. 81), em que todos os sentidos são aguçados e em que há presença - sujeitos que compartilham um mesmo momento.

A “performance completa” permite que pensemos o pregão como algo que compreende a voz, o gesto, o passo e o “grito”, tal como Mário Lago tão bem colocou em poesia. A “performance completa” transmite “a idéia de presença de um corpo” (Zumthor, 2000, p. 45) – um corpo que ouve e que canta. Uma presença vivida em sua intensidade, que comunica de forma “imediate”, pois “refere-se a um momento tomado como presente” (Zumthor, 2000, p. 59).

Em outra perspectiva de análise, o corpo entra também como dimensão importante. O corpo, muitas vezes, é a voz de um pregão silencioso. O corpo, muitas vezes, é quem “grita”. Tomo como exemplo uma situação ocorrida durante o Carnaval de 2004. No centro de Niterói, pude observar um homem vestido com a fantasia do “Chapolim”<sup>57</sup> vendendo um

---

<sup>57</sup> Personagem “baixote magrelo, covarde, atrapalhado e mulherengo (...) que veste um uniforme vermelho e amarelo que lembra uma barata ou um besouro (asinhas e antenas). Muitas vezes, o seu escudo, o coração amarelo com as iniciais CH em vermelho no meio, causa mais risos do que pânico nos inimigos”. Informação retirada da home-page <http://www.geocities.com/chapolinbrasil/chapolim.htm>. Acesso em: 13 ago. 2004.

boneco do personagem “Bob Esponja”<sup>58</sup> que continha uma canudo que saía de sua boca. Ao assoprar o canudo, o boneco produzia bolinhas de sabão. O “Chapolim” ficava em pé na rua mais movimentada do centro: na Avenida Amaral Peixoto, próximo à estação das barcas, onde circulam milhares de pessoas durante o dia. Ele não apregoava com a voz, mas seu corpo funcionava como um “pregão”: chamava a atenção dos passantes para a compra de seu produto. Nas cores amarelo e vermelho, com um adereço na cabeça (um tipo de antena que usa o Chapolim), seu corpo “gritava”, apregoava em silêncio.

Outras situações como essa foram também observadas durante a pesquisa. Dentre os “palhaços” e personagens de teatro infantil que circulavam no Campo de São Bento, num domingo, lá apareceu o “Batman”<sup>59</sup>, vendendo também bolhinhas de sabão e colocando-se estrategicamente parado próximo a uma área de brinquedos infantis, fazendo bolinhas.

---

<sup>58</sup> Bob Esponja é uma esponja do mar, personagem principal de um desenho animado. Seu melhor amigo é Patrick – uma estrela-do-mar com quem costuma caçar água-viva.

<sup>59</sup> Idolatrado pelos meninos, o personagem Batman refere-se a um super-herói, um “homem-morcego” que luta contra o crime na cidade de Gotham City. Seu companheiro fiel é Robin, um menino prodígio.



Figura 17 - Batman

Mais uma vez, é nos estudos de Zumthor que entenderemos que a “oralidade não se reduz à ação da voz (...) A oralidade implica em tudo o que, em nós, se endereça ao outro: seja um gesto mudo, um olhar”(1997, p. 203). Como diz Zumthor na página seguinte do mesmo texto: “o intérprete, na performance, exibindo seu corpo e seu cenário, não está

apelando somente à visualidade. Ele se oferece a um contato (...)” (*op. cit.*, p. 204). Oferece-se a um contato também o produto mais desejado pelas crianças do Campo: lagartixas feitas de esponja vendidas na mesma área ocupada pelo Batman, onde o público alvo costuma ficar. Ligada à mão da vendedora por um arame, a lagartixa anda, corre e dá cambalhotas. Não há pregão. Não precisa: a lagartixa é simplesmente irresistível para os pequenos ...



Figura 18 – Vendedora de Lagartixas

Voltando ao Batman, cabe ressaltar que Zumthor analisa a importância da vestimenta do corpo do intérprete, que tanto pode destacá-lo ainda mais (como nos casos do Batman e do Chapolim), como pode permitir a neutralidade do intérprete.

Um vendedor de cuscuz, conhecido no Rio de Janeiro como Sheik, conseguiu, por meio de um adereço na cabeça, tornar-se figura singular. Após a retirada do turbante, que, provavelmente inspirou o apelido, o jornalista Joaquim Ferreira dos Santos, noticiou na Coluna Gente Boa:

#### O “visu” do Sheik

Sheik, o vendedor de cuscuz da Av. Maracanã com Rua Uruguai, mudou de visual. Deixou de lado o turbante branco que o consagrou nos anos 80 como uma das figuras mais folclóricas das esquinas do Rio. Agora usa boné branco. Sheik, que tempos atrás sofreu a suspeita de vender em seu tabuleiro algo mais que cuscuz, diz que depois do 11 de Setembro ficou com medo de ser confundido com um árabe (Santos, 2005, p. 3).

Em outro caso, desta vez em Brasília, também um vendedor descobriu o poder do figurino e passou a vender nos sinais vestido de uma forma bem diferente dos outros vendedores:

O semáforo fecha e lá aparece ele, no meio da rua, entre os carros. Está impecável, de terno, gravata e sapatos pretos cuidadosamente engraxados. Parece um lorde de andar majestoso. Nas mãos, uma lata de tinta decorada cheia de amendoins. No fundo dela, carvão em brasa. Sim, caros, não é miragem. Ele vende amendoim. Assim mesmo, elegantemente bem vestido.

Atônitos os motoristas piscam, não acreditam no que vêem. Querem entender aquela cena. E até quem não ia comprar acaba comprando. Até quem não havia prestado atenção arregala os olhos. No celular, a mulher comenta: “Tô vendo agora um homem vendendo amendoim, todo de terno e gravata...” Um homem de meia-idade abre o vidro e exclama: “Que elegância!” Um rapaz brinca: “Tá parecendo deputado...” (...) Em menos de três minutos começa tudo outra vez (...) (Abreu, 2006, p. 32)

Vendendo o pacote de amendoins a cinquenta centavos, Antônio Dias, de apenas 17 anos, juntou suas economias e conseguiu comprar dois ternos usados, que troca cotidianamente por *jeans* e camiseta no banheiro do Palácio do Buriti. Para Antônio, “as pessoas gostam de gente bem-arrumada. É mais higiênico e chama mais atenção.” Se sobra muito amendoim, o que raramente ocorre na sexta-feira, dia em que mais vende, ou ele vende no coletivo, já de roupa “normal” de quem volta para casa, ou continua de terno e sai vendendo pelos bares do Guará – cidade satélite de Brasília. Também não é qualquer local que o vendedor escolhe: o local escolhido é um sinal entre o Eixo Monumental e o Palácio do Buriti, que segundo Antônio, demora mais para abrir.



Figura 19 – Vendedor de Amendoins

Mesmo sem ter lido Zumthor, Antônio se deu conta de como a sua vestimenta poderia “apregoar seu produto” e aumentar suas vendas: dos duzentos pacotes que trazia e que antigamente vendia em torno de 50%, hoje, com a mudança da vestimenta, as sobras ficam em torno de dez pacotinhos.

Se o corpo “grita” nos casos do Chapolim, do Batman e do vendedor de amendoins, o corpo ajuda a “gritar” junto com a voz nos casos em que o vendedor, além de utilizar a voz para apregoar, utiliza também os artifícios visuais para chamar a clientela. Este é o caso do Sheik, vendedor descrito anteriormente, confirmando o que Zumthor, a partir das experiências

de J. Cosnier, afirmou: a “importância do papel exercido pelos elementos visuais na impressão que a palavra causa ao ouvinte” (p. 215).<sup>60</sup>

Ainda em relação ao aspecto visual, muitas vezes, durante as visitas ao campo, chamou-me atenção a forma pela qual os camelôs expunham seus produtos – barracas de ferro; carrinhos de supermercados; isopores amarrados a carrinhos de rodinhas (que servem originalmente para puxar malas); mercadorias amarradas a vassouras; mercadorias amarradas umas às outras formando verdadeiros cordões (como os “colares” de balas pendurados a um gancho utilizados pelos vendedores de ônibus - provavelmente para facilitar sua movimentação durante o percurso do coletivo); tabuleiros de madeira pendurados por uma faixa grossa ao pescoço; vendedores de óculos de sol que colocam o produto fincado no isopor; grades; cabides; sacolas e mochilas; plásticos sobre o chão da rua; rodos; produtos amarrados - vazios - aos carrinhos que servem para malas, como o caso de uma camelô que vendia bebidas que tinham suas embalagens, vazias, em exposição no carrinho.<sup>61</sup>

Se são variados os suportes, também o são as formas de aproximação entre camelô e pedestre. É possível questionar se há algum tipo de sinalização em que o camelô revele ao passante que está iniciando sua performance, o que Bauman denomina “the keying of performance”. É o autor quem questiona: O que invoca uma performance?

Para Bauman, há informações implícitas ou explícitas que “carregam instruções” sobre como se deve interpretar a mensagem. Há também um contexto cultural que auxilia o ouvinte a entender que “toda comunicação que se dá dentro daquele contexto é para ser entendida como performance dentro daquela comunidade” (Bauman, *op. cit.*, p. 17).<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup> O caso do Sheik foi relatado por uma pesquisadora no IASPM de 2004, durante a apresentação de meu trabalho. No caso dele, havia o pregão e o figurino, encaixando-se perfeitamente na condição do uso de um pregão aliado ao visual do vendedor. Segundo o relato, Sheik vendia cocadas e cuscuz feitos por sua mãe nas ruas de Copacabana. Vestido de branco e usando turbante, assim ele apregoava: "Eeeeeeeeeeeeeeeeeuuuuuuuuuuuuuuuu!"

<sup>61</sup> A relação entre pregão e formas de expor o produto será tratada adiante.

<sup>62</sup> “all communication that takes place within that frame is to be understood as performance within that community” (Bauman, *op. cit.*, p. 17).

Zumthor (1997, p. 193) menciona o termo “horizonte de espera” referindo-se à recepção sempre desigual dos ouvintes em relação a uma performance.

Cada performance permite, a princípio, avaliar os poderes expressivos em jogo e a relação que se estabelece entre eles. Essa avaliação, no entanto, se faz graças a parâmetros dos quais o ouvinte está consciente de forma desigual: ela depende com efeito da amplitude dos meios de execução, da intenção que preside a recepção e dos hábitos culturais” (Zumthor, 1997, p. 193).

Bauman, por sua vez, propõe uma listagem de “meios comunicativos” (*communicative means*) retirados de várias culturas, “*that serve to key performance*”, ou seja, que servem para “ligar” a performance.<sup>63</sup> São eles: códigos especiais; linguagem figurada; paralelismo; características paralingüísticas especiais; fórmulas especiais; apelo à tradição; e negação da performance (Bauman, *op.cit.*, p. 16).

Bauman denomina “códigos especiais” os “diferentes registros ou variedades” de linguagem que existem numa determinada sociedade, trazendo como exemplo o uso de uma linguagem diferente da utilizada no dia-a-dia. A “linguagem figurada” é utilizada nas performances, mas Bauman chama a atenção sobre a criatividade do *performer* que cria neologismos, embora também utilize a “linguagem figurada” que já foi utilizada anteriormente, muitas vezes, sob novas roupagens.

Um outro “meio comunicativo” é o “paralelismo”, que se refere às constantes repetições de estruturas gramaticais que são utilizadas nas performances.

Em relação às “características paralingüísticas especiais”, Bauman refere-se ao que não pode ser captado de uma performance quando essa passa a habitar o texto escrito. Geralmente as características paralingüísticas aparecem nas descrições das performances.

---

<sup>63</sup> “special codes; figurative language; parallelism; special paralinguistic features; special formulae; appeal to tradition and disclaimer of performance” (Bauman, *op.cit.*, p. 16).

Quando se refere às “fórmulas especiais”, Bauman nos remete às palavras que marcam determinados tipos de performance. O “era uma vez”, por exemplo, é um tipo de “fórmula especial” que abre histórias.

Sobre o “apelo à tradição”, Bauman ressalta “a aceitação da prática passada como referência para a performance atual”. Finalmente, Bauman se refere à “negação da performance” como um tipo de recurso em que o *performer* não se coloca como se estivesse em performance.

A partir da listagem de Bauman, pretendo abordar a relação entre os pregões e o que ele denomina “fórmulas especiais”, que marcam gêneros específicos de uma comunidade.

A partir das contribuições de Zumthor, pretendo abordar a relação entre os pregões e seus constantes movimentos e recriações, os quais são denominados com os conceitos de “movência” e a “reiterabilidade”.

É sobre estes dois aspectos que trataremos a seguir.

### 2.3 - É UM REAL

#### Sagrado descanso

Gostaria de saber se há alguma lei contra os vendedores de pamonha. Em Botafogo, onde moro, todos os sábados e domingos sou obrigada a saltar da cama às 8h com aquele som odioso “pamonhas fresquinhas, tem curau e tem pamonha...” que sai de um alto-falante irritante. Realmente, não agüento mais. O vendedor podia pelo menos passar ao meio-dia, porque às 8h da manhã de sábado e de domingo é muito abuso. Daniele Costa Abreu<sup>64</sup>

Como mostra a carta da leitora do jornal *O Globo*, a reclamação dos cidadãos do século XIX em relação à invasão do ruído continua. Muitos ainda se sentem incomodados pela invasão da “privacidade” de seus ouvidos, pelo abuso no uso do som: mesmo quando dormimos, a invasão sonora torna-se inevitável.

Todavia, muitas vezes, essa invasão inspira. Inspirou o escultor Nollekens, como afirmamos anteriormente. Inspirou, também, *Pedro Luís e a Parede* no CD *É tudo um real*, no qual o *Rap do Real* mostra os pregões que circulam nas ruas ( faixa 2 – CD A).

#### **RAP DO REAL**

(Pedro Luís & Rodrigo Maranhão)

um real aí é um real  
 um real aí  
 é um real aí é um real  
 um real

vendo pilha, bateria, fita-cassete, biscoito  
 paçoca, doce-de-abóbora  
 doce-de-coco, rádio-relógio  
 despertador do sono  
 não vendo é sonho  
 mas pode pedir  
 se não tenho  
 sei quem terá

---

<sup>64</sup> Carta publicada na seção “Carta dos Leitores” do Jornal *O Globo* de 19 de março de 2004.

vendo pano pra cortina  
 vendo verso, vendo rima  
 carta pro rapaz e carta pra menina  
 eu vendo provas de amores  
 por minha poesia e fantasia  
 QUANTO VAI PAGAR?

um real aí é um real  
 um real aí  
 é um real aí é um real  
 um real

com quantos reais se faz uma realidade  
 preciso muito sonho pra sobreviver numa cidade  
 grande jogo de cintura  
 entre estar esperto e ser honesto  
 há um resto que não é pouca bobagem

um real aí é um real  
 um real aí  
 é um real aí é um real  
 um real

O início da música se compõe de vários fragmentos de pregões – pregões que anunciam frutas como abacaxi, banana e pêra. O ambiente sonoro apresentado relembra um ambiente de feira. Em seguida à introdução, recheada de anúncios sonoros, entra o refrão:

um real aí é um real  
 um real aí  
 é um real aí é um real  
 um real

Nele, os compositores revelam ter capturado algo bastante recorrente nos pregões: na cidade, o preço é um grande chamariz para a freguesia.

O termo “aí” também é bastante utilizado e, como na música, encontra-se muitas vezes misturado à última sílaba da palavra “real”, ocorrendo uma ligação entre a sílaba “al” e o vocativo “aí”, com a eliminação do “l”.

Começamos pelo preço: é possível afirmar que, na cidade, os pregões se constituem, na maioria das vezes, de duas partes: o nome do produto e o preço. O preço, no entanto, é

sempre escutado, principalmente quando o produto custa um real – uma quantia bastante acessível à maioria da população que circula pelo Centro.

Há inúmeros exemplos de pregões de um real. Começamos pelo trecho gravado na faixa 3 do CD A. A partir dessa gravação, podemos identificar diferentes produtos anunciados cujo preço é um real. Como no “Rap do Real”: “três isqueiro é um real”, “cotonete é um real” (o vendedor de isqueiros e cotonetes é o mesmo), “chaveiro é um real”.

O que essa gravação sugere?

Em primeiro lugar, é relevante afirmar que o “efeito Lombard” se faz presente, tendo em vista que junto aos vendedores que utilizam suas vozes para apregoar, o anunciante da loja apregoa calcinhas, mas com a vantagem de fazer uso de microfone e amplificador, sobre os quais Zumthor assinalou:

Graças ao microfone, completado pelo amplificador (ou pelos microfones de contato afixados no instrumento), palavra e música tornam-se verdadeiramente públicas. A esta publicidade o comércio, assim como os artistas, devem seus lucros. O auditório e seu espaço aumentam, até limites acústicos empurrados para longas distâncias, mesmo em detrimento (em algumas circunstâncias) da visão direta. (Zumthor, 1997, p. 249)

Esse alcance a “longas distâncias” é comum no Centro da cidade de Niterói. Muitas vezes, os amplificadores ficam nas portas dos estabelecimentos sem que possamos ter a “visão direta” de quem apregoa. Trata-se de um tipo de “esquizofonia,” como assinalou Schafer (2001), referindo-se à “separação entre o som original e sua reprodução eletroacústica” e empregando uma “palavra *nervosa* para dramatizar o efeito aberrativo desse desenvolvimento do século XX” (p. 364, o grifo é do autor).

Com essa nova forma de alcançar o ouvinte, a fonte sonora nem sempre se torna presente ou visível. Assim, os vendedores das ruas, que utilizam sua voz para apregoar passam a competir com esses homens “invisíveis”, embora na gravação mencionada acima não haja ainda um exemplo em que a “paisagem sonora *lo-fi*” tenha mostrado toda a sua

potência... Há outros exemplos de competição sonora entre os camelôs das ruas e os anunciantes que fazem uso de amplificadores nas lojas.

Cabe ressaltar, no entanto, que algumas vezes o amplificador é trazido pelo próprio vendedor ambulante, como no caso de um grupo de peruanos que vende seus CDs, realizando performances ao vivo em meio à rua. Na gravação do CD A (faixa 4), anexo a esta pesquisa, podemos ouvi-los.

Uma breve descrição dos sons escutados na referida faixa poderia incluir não somente a música dos peruanos, mas também várias vozes que anunciam CDs e DVDs, bem como folhas de presente anunciadas por crianças e adultos (“quatro por um real”). Aparecem também artigos não usuais como o “radinho da Hello Kitty” vendido a dez reais.

Embora a competição sonora inicial diga respeito aos peruanos e aos camelôs da área, é possível escutar, conforme me desloco pela Rua Almirante Teffé com o gravador, outras competições que tomam lugar com músicas de CDs vendidos em barracas de ferros pelos camelôs (já na altura da rua São Pedro). É possível ouvir também outros estilos musicais, tais como funk e música romântica.

Outro aspecto a ressaltar diz respeito à época da gravação. Ao escutá-la, pode-se dar sentido à afirmação do chinês Zhang, colecionador de fotos e lembranças de pregões de Pequim. Para ele, os ambulantes são como “relógios das estações e festas populares”:

A venda de determinadas frutas indicava a chegada de nova estação do ano. E durante o dia, a passagem de um ambulantes vendendo grãos ou sopas podia lembrar aos moradores que faltavam uma ou duas horas para o almoço. (Scofield, 2006, p.45).

Na referida gravação, é possível saber que estamos em dezembro, em data próxima ao Natal, pois um dos vendedores de CD e DVD anuncia o Natal e o Ano Novo, atingindo o desejo do passante numa época em que as compras são quase uma obrigação. Além disso, a quantidade de camelôs e a grande variedade de produtos também lançam pistas sobre a época vivida. Mas é o papel de presente quem dá sentido maior à afirmação de Zhang: há muitos

vendedores de papel. Há crianças e adultos vendendo; há pessoas sentadas nas calçadas e à frente das lojas fazendo rolinhos com esses papéis, que ficarão expostos em sacolas ou em baldes para a venda: “quatro por um real”.

Um outro camelô que vende antenas e radinhos da Hello Kitty utiliza sua “competência comunicativa” (Bauman, 1977, p. 11) para fisgar o ouvinte e mantê-lo ligado ao seu pregão. Aliás, tanto o vendedor de radinhos que “já vêm com pilha” e de antenas “mais baratas”, como o vendedor que “lembra” o passante de que o Natal e o Ano Novo se aproximam, utilizam sua “competência comunicativa”, fazendo saltar da performance sua “qualidade emergente”.

Como diz Bauman (*op. cit.*),

fundamentalmente, a performance como uma forma de comunicação verbal consiste na assunção da responsabilidade para com a audiência de demonstrar uma competência comunicacional. Esta competência consiste no conhecimento e na habilidade para falar de maneira socialmente apropriada (p.11)<sup>65</sup>

Além de oferecer vantagens em seus produtos (“já vem com pilha”, “é mais barato”) e captar a atenção dos passantes, esses vendedores também utilizam outras ferramentas para agarrar o consumidor: eles adaptam sua performance ao tempo do passante. Melhor dizendo: sua performance é moldada e variada de acordo com as reações de sua “audiência”. Há que se utilizar frases “relâmpago”, que atinjam o alvo rápida e certamente.

A “qualidade emergente da performance” é, pois, fruto da necessidade de se atingir o consumidor, em que o camelô faz uso dos “recursos comunicativos”, de sua “competência individual” e tenta entrar em sintonia com o desejo do passante (Bauman, *op. cit.*, p. 38).

Embora Zumthor não utilize o termo “qualidade emergente da performance”, parece concordar com Bauman quando afirma que

---

<sup>65</sup> “Fundamentally, performance as a mode of spoken verbal communication consists in the assumption of responsibility to an audience for a display of communicative competence. This competence rests on the knowledge and ability to speak in socially appropriate ways” (p.11).

a adaptação do texto ao ouvinte se produz, mais facilmente, no curso da performance. O intérprete varia espontaneamente o tom ou o gesto, modula a enunciação, segundo a expectativa que ele percebe, ou, de modo deliberado, modifica mais ou menos o próprio enunciado (...) (Zumthor, 1997, p. 246).

Se os vendedores supracitados apelam ao passante nas palavras que adornam seus pregões, é preciso ressaltar que há outras variadas formas de apelar ao passante. Há vários “índices” (Zumthor, *op. cit.*) que são introduzidos numa performance para manter a ligação entre o *performer* e sua audiência.

Zumthor cita exemplos de intérpretes que introduzem gestos ou até mesmo objetos para aproximar o público e criar algum tipo de familiaridade. Cita ainda casos em que o performer introduz “palavras de encorajamento” ou de “aproximação” para manter a ligação com o seu auditório (Zumthor, *op. cit.*, p. 244). Sobre essa aproximação, cabe citar alguns exemplos gravados em Brasília, tendo em vista que pelas quadras da cidade passam alguns vendedores que oferecem produtos e serviços para atingir o ouvido e o coração das donas de casa. Apelam, muitas vezes, para um anúncio “industrializado”, ou seja, para um anúncio encomendado e gravado que precisa atingir outro tipo de consumidor e alcançar o ouvinte dentro de seu apartamento.

Um exemplo desse tipo de anúncio foi gravado de minha janela, quando passava pela quadra um senhor que empurrava um carrinho amarelo semelhante a carrinhos de vendas de picolés da Yopa ou Kibon. Cheio de penduricalhos, o carrinho era também o suporte necessário para um pequeno amplificador e para um gravador. Em conversa com o vendedor que empurrava o carrinho, descobri que, inicialmente, o carrinho servia para “pregar a palavra de Deus” e, somente depois houve a mudança para a oferta de serviços. O pregão “eletrificado”<sup>66</sup>, como denominou Queiroz (*op. cit.*), inicia-se com uma pequena introdução

---

<sup>66</sup> Queiroz (2001) classificou os pregões que pesquisou em Salvador-BA quanto “ao local de trabalho”, à “fonte geradora do som” e quanto aos “meios de propagação do som”. No primeiro caso, divide os pregões em “fixos e itinerantes”; no segundo caso, divide-os em “pregões vocais, instrumentais e mistos”; no terceiro caso, encaixam-se os pregões “acústicos e eletrificados”(p.109).

instrumental que termina numa resolução no acorde de Fá Maior (faixa 5 – CD A). Em seguida, entra o prolongado anúncio sonoro:

Atenção dona de casa! Está passando agora em sua porta a solução prática e segura para os problemas do seu fogão e de suas panelas. Traga agora! O conserto é na hora! (...) Temos peças para todas as marcas (...) A solução para o seu fogão e as suas panelas chegou (...).

Também em Brasília, uma Kombi que se intitula “o carro da fruta e da verdura” utiliza um “pregão eletrificado” e feito em algum lugar que cria anúncios específicos para esse fim (faixa 6 – CD A). Esse pregão encaixa-se no que Queiroz (*op. cit.*) denominou em seu trabalho como “forma enumerativa”, ou seja, uma forma que se constitui pela enumeração dos produtos vendidos – nesse caso, legumes, frutas e verduras.

É interessante observar que o vendedor do “carro da fruta e da verdura” não utiliza somente o pregão gravado, mas também um amplificador e um microfone, criando, em sua performance, um outro pregão, em que a palavra “promoção” é sempre lembrada após a enumeração dos artigos vendidos: “Leve para a casa a promoção. Leve para casa, é só escolher” ( faixa 7 – CD A).

Numa quinta-feira, dia em que passa a Kombi, questionei o motorista/vendedor quem havia feito o anúncio gravado. Ele me respondeu que seu irmão havia encomendado. Questionei, então, o porquê da alternância dos anúncios (o anúncio gravado e o anúncio criado na hora e anunciado pelo microfone da Kombi). Ele respondeu: “a gente vareia”.

### **2.3.1 - Vai aí madame? – Sobre as chaves de performance**

Bauman (*op. cit.*) destaca que é função do pesquisador investigar o que “abre a performance” (*key performance*) dentro de um determinado contexto. Para ele,

O ponto básico (...) é que alguém [o etnógrafo] deve determinar empiricamente o que são os meios convencionados que dão o tom da performance numa comunidade

particular, e que esses irão variar de uma comunidade a outra embora alguém [o etnógrafo] possa descobrir padrões regionais e tipológicos (p. 22)<sup>67</sup>

A partir das gravações realizadas em campo, acredito ser possível afirmar que as expressões “atenção dona de casa”; “alô, freguês”; “alô, freguesa”; “vai aí, madame”; “pode escolher”; “fica à vontade”; “pode chegar”; “vem já pra cá”, “vai passando em sua porta”, “atenção, consumidor”, funcionam como “chaves de performance”, encaixando-se no que Bauman denomina “fórmulas especiais”, que servem para “ligar/abrir a performance”<sup>68</sup>, enfim, para aproximar o passante e invocar a performance.

Se me arrisco a enumerar alguns “padrões tipológicos e regionais” é porque, no Centro da cidade de Niterói, é muito comum perceber que os camelôs, ao sentirem que um passante não transita de forma indiferente em relação ao seu produto ou à sua performance, introduzem essas “fórmulas especiais” para atrair o consumidor.

Essas “chaves de performance” parecem se apresentar inicialmente com algumas dessas “fórmulas especiais”.

Trago um exemplo do que parece se constituir uma possível “fórmula”, que foi escutada por mim ao conversar informalmente com um camelô que conheço por meio de dois contextos diferentes da pesquisa: conheço-o do centro da cidade, onde trabalha durante a semana como vendedor de CDs e DVDs e, dos fins de semana, onde trabalha como vendedor de estalinhos, no Campo de São Bento. Trata-se de um homem de aproximadamente 38 anos, que costuma usar um óculos de sol na cabeça (como um arco para sua careca), usa bigode, e está sempre de bermuda e camiseta. Não fosse o bigode, guardaria imensa semelhança com o

---

<sup>67</sup> “The basic point (...) is that one must determine empirically what are the specific conventionalized means that key performance in a particular community, and that these will vary from one community to another though one may discover areal and typological patterns” (Bauman, *op. cit.*, p. 22)

<sup>68</sup> Bauman (1977) utiliza a expressão “to key performance” (p. 17)

cantor de pagodes conhecido como “Jacaré” que vem trabalhando atualmente em programas infantis, na Globo.<sup>69</sup>

Eis que um dia, ao passar um casal com os olhos interessados nos CDs e DVDs que vendia o Jacaré, sou surpreendida pela seguinte frase: “Pode vim. O cachorro tá preso!”

Mais uma vez, Zumthor (*op. cit.*) nos relembra dos “índices” introduzidos numa performance para manter um tipo de ligação entre *performer* e, no caso da pesquisa, consumidores.

Outras “fórmulas”, outros “índices” e outras formas de aproximação e encorajamento também são criados cotidianamente. Alguns acontecimentos até surpreendem e ganham espaços no jornal, tamanha a originalidade do *performer*:

Cena carioca

Há testemunhas. Nestes dias de compras de Natal, na esquina lotada de Rua da Carioca com Rua Uruguaiana, um camelô mandou esta para uma morena boazuda que passava:

- Dou casa, comida, R\$300 por semana e... aceito chifre! (Guimarães, 2004, p. 16).

Um pregão pode até mesmo se transformar em cantada...

### 2.3.2 - Na cidade, nem tudo é um real...

Embora muitos produtos sejam anunciados na cidade com o preço de um real, nem tudo tem esse custo. Outros preços também são anunciados, obviamente. Entretanto, se um

---

<sup>69</sup> Durante a realização da pesquisa, recorri aos apelidos, que se justificam principalmente pelo espaço em que a pesquisa é realizada. No tempo apressado da cidade, em que imperam o anonimato e a indiferença nas relações entre os indivíduos, em que impera a atitude *blasé* (Simmel, 1987), foi necessário transformar o anonimato dos vendedores numa situação mais familiar, mais próxima, sendo a aparência física uma das formas que encontrei para memorizar os vendedores e seus pontos de venda. A atitude *blasé*, que “consiste no embotamento do poder de discriminar” (Simmel, 1987, p.16), tinha de ser transformada por outros olhares e outras escutas do cotidiano citadino. Assim, mesmo mergulhada na cegueira e na surdez mantidas pelos indivíduos na cidade, como pesquisadora, minha postura exigia mudanças. E nesta nova forma de olhar e escutar estes sujeitos, os apelidos eram necessários, fazendo com que a atitude de indiferença ao cotidiano fosse transformada num olhar mais humanizado. Recorrerei a apelidos em outros momentos da pesquisa, como veremos adiante.

vendedor possui vários produtos, geralmente opta por anunciar o de um real. Esse é o caso de um vendedor de *confeti*<sup>70</sup> e de outros produtos na Rua Almirante Teffé (faixa 8 – CD A).

Três confeti é um real  
Três confeti é um real

O caso desse vendedor se aplica a muitos outros. Arrisco a hipótese de que a mercadoria apregoada escolhida tem relação com o preço mais barato, quando o vendedor escolhe apenas um de seus produtos para apregoar.

Em muitas gravações, muito sobressai a questão do preço: esta é uma informação sempre compreensível à escuta, mesmo que as outras partes do pregão não sejam tão claras. Talvez porque já esperemos ouvir essa informação num pregão; talvez porque alguns vendedores, sabendo que o preço atrai ou afasta a freguesia, “caprichem” na dicção na hora de expor o preço. Destaco abaixo alguns exemplos de pregões de um real (faixas 9, 10,11,12, 13 e 14 do CD A):

Couve-frô é um real  
Couve- frô é um real  
Couve- frô é um real  
(Moça da couve-flor na Rua Visconde do Rio Branco - rua das barcas)

Bala de côco é um real. Bala de côco é um real  
(Menino de aparentemente 10/12 anos. Mudava inteiramente sua face para apregoar).

Leva 4 pilha aqui é um real ó<sup>71</sup>  
Super bonder é um real ó  
Leva 4 pilha aqui é um real ó  
3 isqueiro é um real  
Caneta é um real/caneta é um real

Quatro pilha é um real  
cotonete é um real  
superbonder é um real

Cotonete é um real

<sup>70</sup> Confeito de chocolate coberto com corante. Fabricado pela Lacta.

<sup>71</sup> Esse arquivo sonoro encontra-se na faixa 11 do CD A. Cabe ressaltar que nele há um pregão de cinquenta centavos.

Três isqueiro é um real

Três confeti é um real  
Cinco jujuba é um real

Três confeti é um real  
Três é um real  
Três é um real

É duas e vai pagar um real

Mas, como nem tudo é um real, como revelaram as gravações acima, no cruzamento das ruas Coronel Gomes Machado e Almirante Teffé, deparei-me com um vendedor de relógios de pulso que apregoava continuamente:

Um, nove, nove/ Um, nove, nove/ Um, nove, nove  
Relógio da onda e da moda é um nove nove (pausa)

Um, nove, nove/ Um, nove, nove  
Relógio da moda é um, nove, nove, é um nove, nove  
Relógio do momento é um nove nove  
Um, nove, nove  
Um, nove, nove<sup>72</sup>

Não é um relógio qualquer que apregoa o rapaz: é um relógio “da onda”, “da moda” e custa apenas R\$ 1,99...

Exatamente no cruzamento das ruas o rapaz apregoava continuamente e só cessava por alguns instantes, fato que me impressionou pois o entorno era extremamente ruidoso - uma paisagem sonora “*lo-fi*” (Schafer, 2001), com cruzamento de muitos sons e música de fundo, fruto dos CDs piratas vendidos no camelô, vozes e ruído de todos os lados. Mesmo assim, o rapaz apregoava em voz alta e parecia incansável. Algo impressionante.

Perto dele, dois homens fortes passavam com um carregamento e anunciavam: “Olha o pesado”, fazendo um verdadeiro “dueto”. Uma mulher, incomodada com o pouco espaço da rua, reclamava.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Faixas 15 e 16 - CD A.

Nesse mesmo dia, observei que muitos pregões se tornavam “fundo”, somando-se ao entorno ruidoso e aumentando, ainda mais, a competição sonora com vozes, buzinas, ônibus, despertadores ou apitos de guardas de trânsito. Muitas gravações evidenciaram essa situação.<sup>74</sup>

Pregões de “1,99”, de quinze reais, dez reais, três reais, cinquenta centavos também apareceram na pesquisa (faixas 20, 21, 22, 23 e 24 do CD A).

Tesoura é 3, Tesoura é 3, Tesoura é 3...(o homem das tesouras)<sup>75</sup>

Relógio é 15, é 15, 15  
É um lindo presente, é 15, é 15  
Relógio de bacana a preço de banana  
Relógio da onda e da moda<sup>75</sup>

É óculos de ler e sol, é só lançamento  
É óculos de ler e sol (...) da moda  
É só lançamento<sup>76</sup>

(...) o Papai Noel  
É três.<sup>77</sup>

É importante mencionar que nem sempre o “quanto vai pagar” é anunciado. Às vezes, somente o nome do produto ou o serviço oferecido é mencionado no pregão. Alguns exemplos deste tipo de pregão (faixas 25 e 26 do CD A):

É o gelado!  
É capa na hora, é capa na hora  
Troco bateria do seu relógio  
Coloco a bateria original do seu relógio, hein  
Cartão Telemar, hein  
Ô aipim manteiga, aí  
Aipim manteiga, ô manteiga  
Oi, oi, oi, oi, oi, oi...

<sup>73</sup> Os “homens do pesado” foram gravados em 14 de julho de 2004 (Faixa 17 – CD A). Eis que, quase dois anos depois, no dia 02 de julho de 2006, ouço exatamente a mesma coisa na Rua da Alfândega, no Rio de Janeiro.

<sup>74</sup> Há exemplos nas faixas 18 e 19 do CD A.

<sup>75</sup> Pregão gravado no Campo de São Bento ( faixa 21 - CD A).

<sup>76</sup> Pregão gravado no Campo de São Bento ( faixa 23 - CD A).

<sup>77</sup> Faixa 24 - CD A.

O “oi, oi, oi, oi” parece funcionar também como uma “fórmula especial”, conforme assinala anteriormente (Bauman, *op. cit.*). Trata-se de uma forma de indicar ao passante que ele tem um produto a oferecer e, mais do que tudo, indicar que “abriu”, “ligou” sua performance.

Mas a performance nem sempre se dá. É possível afirmar que há uma relação entre performance, pregão e formas de ocupar o espaço das ruas pelo camelô. É dessa relação que trato adiante.

### **2.3.3 - Sobre suportes e pregões**

Segundo Bauman, é o pesquisador quem pode, num determinado contexto cultural, identificar que “chaves de performance” são utilizadas por aquele grupo, bem como identificar onde a performance é possível ou não.

Ao escutar o centro da cidade, é possível afirmar que há uma grande quantidade de vendedores ambulantes. Mas nem sempre esses vendedores utilizam pregões.

Volto à Rua Almirante Teffé, antes da retirada das armações de ferro.

Constatai, nos primeiros contatos com a rua, ainda abarrotada de armações de ferro, que os camelôs ali não apregoavam.



Figura 20

Apregoavam somente os vendedores que se instalavam naquele espaço de forma provisória, como era o caso do “homem das pilhas”.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Mais uma vez, faço uso dos apelidos que, por serem dados pela semelhança física, pela semelhança do timbre, ou ainda, pelo nome do produto do vendedor, facilitaram minha memorização em relação aos sujeitos desta pesquisa, bem como suas formas de apregoar e utilizar o espaço.



Figura 21 – Homem das pilhas

O “homem das pilhas” costumava vender pilhas a um real, embora já o tenha visto vendendo canetas e bermudas em outra ocasião (faixas 27 e 28 do CD A). Chamava-me atenção sua postura: às vezes na esquina, ou ainda, “quase” na esquina, próximo aos camelôs que não apregoavam na Rua Almirante Teffé, geralmente permanecia sentado no meio fio ou na calçada.

Costumava utilizar um caixote de madeira, onde colocava sua mercadoria sobre um

outro pedaço de madeira, apregoando na esquina barulhenta, muitas vezes competindo com o som proveniente dos ônibus que cruzavam a Rua da Conceição, na esquina da Almirante Teffé.<sup>79</sup>

A situação do “homem das pilhas” fez-me concluir que o lugar que ocupam e o espaço em que se situam os vendedores parece ter relação com os suportes. Ainda: o suporte que o vendedor utiliza parece relacionar-se com a utilização – ou não - do pregão.

Como o “homem das pilhas”<sup>80</sup>, os vendedores que expõem seu material sobre a lona, permanecem sentados, geralmente ocupando grande espaço na calçada. A barraca, por sua vez, tem um espaço fixo. Mas outros homens de caixotes e mesmo alguns de tabuleiros ou carrinhos de roda, ficam até mesmo no meio da rua, na esquina da calçada, já ocupando parte do asfalto.

Há também um suporte bastante conhecido. Trata-se de um tabuleiro colocado sobre pernas de madeira que abrem e fecham. Suportes como grades também são utilizados para expor mercadorias (refiro-me a um tipo grade de ferro, em forma quadriculada, sobre a qual ficam pendurados objetos como capas de celular, entre outros).

Há portanto, duas formas de vender: uma fixa, geralmente sobre um tabuleiro ou armação em ferro<sup>81</sup>, e outras formas que podemos arriscar nomear como sendo facilitadoras para o “nomadismo”, reveladas, de certa forma, pelo suporte que os vendedores utilizam para

---

<sup>79</sup> Na segunda vez que o encontrei, ele estava num canto da Almirante Teffé, apregoando. A rua sem pregão era então ornamentada com uma nova sonoridade...

<sup>80</sup> Na foto tirada em janeiro de 2006, pode-se notar um pequeno papel com o preço de 2,00. É que o “homem das pilhas” vende dois tipos de pilha. A da esquerda é a anunciada, de um real. A outra, de melhor qualidade, fica com a inscrição no papelinho. Já vi o mesmo vendedor utilizar, em dias de fiscalização pesada, dois papéis com preços de um e dois reais. No dia em que utilizou os dois papéis, o vendedor encontrava-se na Rua Amaral Peixoto, mudando de lugar continuamente devido à fiscalização. Portanto, só apregoava enquanto andava. A gravação que consta no CD anexo é mais antiga.

<sup>81</sup> Parece que a palavra fixa tem um sentido literal, pois, em conversa com um motorista de táxi que faz ponto em frente à Estação das Barcas, o mesmo confirmou para mim que as barracas de ferro ficam apenas cobertas durante à noite. Também recolhi no Jornal *Correio de Icarai*, a seguinte observação: “Camelôs – Na Gavião Peixoto, no trecho da rua Otávio Carneiro em diante no sentido Miguel de Frias, eles nem desmontam mais, de um dia para o outro, as armações de ferro nas quais armam suas barracas. A estadia é perpétua!” (Jornal *Correio de Icarai*, p. 3).

expor seus produtos. Alguns optam por um pequeno caixote de madeira, outros optam pela utilização de uma grande lona (preta ou azul), a qual estendem sobre a calçada.

Os vendedores de CDs e DVDs, cada vez em número maior, têm constituído um grande grupo que faz uso da lona no chão. A pirataria crescente faz com que, algumas vezes, os camelôs que vendem esses produtos não exponham seu material em meio à rua. Quando a fiscalização é intensa, o material a ser vendido fica, geralmente, em pequena quantidade nas mãos do vendedor. Entretanto, é interessante notar que os camelôs que trabalham em armações de ferro e geralmente não apregoam, utilizam, até mesmo, a exibição do DVD pirata: já observei equipamentos como aparelhos de TV, giro-visão (suporte de ferro para TV), dentre outras “parafernalias”. É mais impressionante ainda notar que, mesmo num dia de fiscalização intensa, como nesse dia em que pude observar nada menos do que oito fiscais andando juntos, esses vendedores continuavam nas ruas. Em contraposição a essa situação, os camelôs sem ponto fixo, cada vez mais fazem uso de mochilas e bolsas pretas, caixas de papelão que podem ser facilmente abandonadas, enfim, tudo o que possa facilitar a fuga em caso de “rapa”. Esse movimento migratório que os “sem armação de ferro” produzem foi notado várias vezes durante a pesquisa, fazendo com que, muitas vezes, aparentemente os vendedores tivessem “sumido” da rua. Alguns, efetivamente, sumiram, como relatou-me um vendedor de linhas em novembro de 2005. Outros apenas migraram, como foi o caso de um vendedor de capa de celular deslocado para a Visconde de Uruguai, que, como se pode observar no mapa, é uma continuação da Almirante Teffé, só que bem mais distante da Av. Amaral Peixoto, a rua principal do Centro.

Embora a maioria dos camelôs anuncie da seguinte forma: “CD DVD / CD DVD” (também ouvi em Brasília, numa rua próxima à Rodoviária o mesmo pregão, na mesma ordem), o que faz a diferença nesta polifonia de “CD DVD” é o timbre de cada um. Eles se cruzam e se harmonizam. Na Almirante Teffé, um camelô se destacava ao imitar o timbre de

anunciantes de lojas que usam microfones, tais como os das “Lojas Americanas”. Aproveitava a inspiração para apregoar o último CD do Roberto Carlos...

O pregão “CD DVD CD DVD” (faixa 29 – CD A) pode ser ouvido muitas vezes, mas, contrariando o que afirmei anteriormente sobre o preço e o chamariz, em Niterói, esses pregões não costumam conter o preço, provavelmente, por não custarem apenas um real. Já em Brasília, tive a oportunidade de ouvir vendedores de DVD anunciando “lançamento é 3”, ou ainda, “3 por 5”.

Há também o que João do Rio chamou de “homem-sandwich”, em que a propaganda se faz de forma escrita numa tabuleta colocada como uma camisa que veste o homem propaganda (João do Rio, 2004, p. 9).<sup>82</sup>

Ainda, em outro momento em que estava de passagem, sem gravador, observei um suporte diferente: um homem apregoava bebidas ao meu lado, esperando abrir o sinal para atravessar a Rua Amaral Peixoto. Seu suporte era um carrinho de supermercado com um isopor dentro, no qual ele armazenava as bebidas que iria vender.

Outro suporte muito comum é a bolsa de viagem (que o “homem das tesouras” usa) e o carrinho de rodas, que serve para carregar malas e que, nas mãos dos vendedores, ganha um outro uso: vira apoio para o isopor na parte inferior do carrinho, acompanhado por vários barbantes que amarram os copos de guaravita, as garrafas de água mineral, entre outros produtos, expondo ao público o que está sendo oferecido. Esta forma de utilização do carrinho parece facilitar a correria em caso de “rapa”.

“Robin Williams”, um vendedor bastante parecido com o ator homônimo, que utilizava um suporte do tipo tabuleiro para vender jujuba e *confeti*, num outro momento passou a utilizar um suporte interessante. Com a mercadoria mudada para alças de sutiã de silicone, todas a um real, seu suporte passou a ser um rodo, no qual pendurava as alças (faixa

---

<sup>82</sup> Neste caso, o homem geralmente anuncia serviços e não faz uso de pregão “sonoro”.

30 – CD A) Nos sinais de trânsito, geralmente quando há engarrafamento, alguns vendedores se assemelham a verdadeiros “cabides” humanos, encontrando formas de expor visualmente o que pretendem vender, inventando e reinventando formas de carregar e anunciar sua mercadoria.

O que é possível concluir é que, quanto mais nômade a forma de vender, mais a chance de se utilizar o pregão. Pelo menos, essa é a impressão que se tem em Niterói.

### 2.3.4 - “Dá bola”

Como afirmei anteriormente, minha opção foi sempre a de sair pela rua como passante, observando e escutando a cidade. Tinha motivos de sobra para optar pela gravação, e não, pela filmagem, como já relatei. Contudo, em janeiro de 2006, fui à cidade realizar algumas fotos para também mostrar um pouco da experiência vivenciada nas ruas. Fui à rua captar algumas imagens.

A data não poderia ter sido pior escolhida: um dia quente (41° C), fiscalização, “rapa”<sup>83</sup> e muita, muita desconfiança por parte dos vendedores.

O “rapa” foi o primeiro a se apresentar, tão logo fui em direção à Rua Almirante Teffé. Como mostra a foto abaixo, o carro da fiscalização passou e uma correria se deu: vendedores de óculos de sol corriam com seus isopores, camelôs que ocupavam as ruas levavam suas “bandejas”, fugindo do “rapa”.

---

<sup>83</sup> O “rapa” ocorre quando a fiscalização se defronta diretamente com o camelô, apreendendo sua mercadoria. Embora tenha realizado várias visitas ao Centro, esta foi a única vez que presenciei o “rapa”. Talvez, por ser grande a quantidade de guardas municipais, o “rapa” só ocorra em momentos de fiscalização mais intensa. Mas isso é apenas uma suposição.



Figura 22 - Rapa



Figura 23 - Rapa



Figura 24 - Rapa

Mais adiante, encontrei o “homem das pilhas”, que me olhou desconfiado quando solicitei uma foto e expliquei seu destino. Mas, apesar de um pouco relutante, após me identificar com uma Carteira Estudantil, ele permitiu que eu o fotografasse. Aproveitei a ocasião para perguntar-lhe sobre o pregão. Na opinião dele, ainda “desconfiado”, o pregão “adianta porque o cliente escuta, né?”

Um vendedor de *super bonder*, mais falante, também se deixou fotografar. Ele relatou que possuía uma banca na Almirante Teffé (a que atualmente não mais possui barracas de ferro) e que a Prefeitura achava que o fato do camelô possuir dois aparelhos de TV em casa era suficiente para tirar-lhe a licença para trabalhar. Quando eu o questionei sobre o pregão e sobre sua força para atrair a clientela, ele me respondeu: “a pessoa tá passando lá na esquina e escuta e se lembra que precisa”. Continuando nossa conversa, ele revela que há um termo

específico utilizado pelos camelôs para o momento em que o consumidor é fígado: **“Dá bola!”**

O cliente “dá bola” quando o pregão e a performance funcionam.

Eu já havia me identificado, mas o medo parece ter falado mais alto. Um camelô que vendia sombrinhas ao lado do vendedor de *super bonder* não permitiu que eu o fotografasse. Como afirma Caiafa (*op. cit.*) sobre o “secretista”<sup>84</sup>, senti-me como sendo também uma figura que gerava estranhamento e desconfiança. Talvez possa afirmar com Caiafa, que as “práticas de desconfiança”, criadas pela imposição de uma fiscalização real e intensa, bem como criada também na imaginação dos camelôs, contribuem para abalar “a confiança e a solidariedade”. Os camelôs, como os motoristas e cobradores, “se sentem sempre em perigo sob a mira de um delator”(p. 99).



Figura 25 – Vendedor de Super Bonder

<sup>84</sup> Secretista é uma figura misteriosa que fiscaliza “secretamente” se cobradores e motoristas trabalham corretamente. “ (...) secretista é um nome que se dá a esse conjunto de dispositivos de controle de que as visitas do patrão são uma faceta. A partir de certo ponto, a fiscalização funciona tanto quanto ela é real quanto quando é imaginada. É que tudo parece se reunir para compor um quadro de desconfiança” (Caiafa, *op. cit.*, p.97).

Não por acaso, a não permissão para se deixar fotografar vinda do vendedor de sombrinhas parece ter provocado a desconfiança do vendedor de *super bonder*. Logo ele me perguntou: “Você não é reporter não, né?”

Voltando à importância do pregão para a venda do produto, recorro a uma conversa informal com um vendedor do “Sorvetes Itália” na Praia do Leblon no primeiro dia do ano de 2006. O início da conversa mostra claramente como, na medida em que um provável consumidor dá algum sinal, o vendedor se aproxima. Foi o próprio vendedor quem puxou conversa comigo ao notar que eu observava sua conversa com dois outros vendedores. Ele começou o papo contando-me que o colega havia quebrado a tampa do isopor. Disse-me que trabalha na área há mais de vinte anos, mas não anda toda a praia, apenas um determinado trecho. Informa-me que, por coincidência, seu trecho não é aquele, mas que, como o movimento estava fraco, teve de andar além do seu trajeto normal. Reclama de dor nas pernas e fala-me também de suas vendas no Maracanã. Lá é mais fácil e mais rápido para vender. Quando pergunto se o pregão faz vender mais ou não, ele me responde: “tem que gritar. Se não gritar, a pessoa não adivinha o que você tá vendendo”. Logicamente que ele aproveitou a ocasião para me vender alguma coisa...

No entanto, nem todos os vendedores concordam com a afirmação de que o pregão ajuda a vender mais. Edmilson, que trabalha como faxineiro no prédio em que eu morava no Ingá (Niterói), certa vez, em conversa informal, quando perguntado por mim se achava que o anúncio da mercadoria ajudava-o a vender mais, respondeu-me: “Não, tem coisa que não precisa de anúncio”. Relatava-me ele que, por vender produtos muito usados, tais como lâmina para barbear, pilhas, entre outros produtos, não era necessário apregoar. O produto já se venderia, pela necessidade. Entretanto, num dia de pesquisa, quando passei pela Rua Visconde do Rio Branco (rua das Barcas), lá estava Edmilson, com voz completamente

diferente da utilizada no dia-a-dia, apregoando: “Leva super bonder aqui é um real ó / Leva 4 pilha aqui é um real ó” ( faixa 11 – CD A).

Também o “Jacaré”, que divide seu tempo vendendo estalinhos<sup>85</sup> no Campo de São Bento e CDs e DVDs no Centro de Niterói, tem uma opinião parecida com a de Edmilson. Ao perguntar-lhe, numa outra oportunidade, se o anúncio atraía ou não a freguesia, ele respondeu imediatamente: “Nada a ver! A pessoa tá passando e não tá nem aí! O que vende é o vendedor e o tratamento do freguês.”

Narra ele que, no Campo, costuma usar o seguinte discurso:

“Bom dia. Boa Tarde. Boa Noite”. Mas logo ele se corrige: “Bom dia. Eu sou vendedor ambulante. Me dá uma forcinha aí. Compra um estalinho.” E a pessoa acaba comprando, explica ele. Segundo esse vendedor, é importante agradar a criança. Ele até “passa a mão na cabeça” delas para agradar os pais. Entretanto, para ele o pregão não faz diferença alguma.

Agradar é um verbo também colocado em prática pelos vendedores que circulam pelos ônibus da cidade. Para adentrar um espaço interdito a eles, como as próprias placas colocadas nos coletivos indicam – eles costumam fazer agrados aos motoristas e cobradores, a fim de conseguirem espaço para vender. É disso que tratarei a seguir.

### 2.3.5 - “Falsos Leões”

Em sua pesquisa sobre as viagens de ônibus no Rio de Janeiro, Caiafa (*op. cit.*) menciona algumas opiniões sobre os camelôs que vendem seus produtos nos ônibus da cidade, muitas vezes utilizando uniformes idênticos aos dos motoristas ou oferecendo a eles algum produto em troca do favor. São chamados pelos motoristas de “falsos leões”, pois que os motoristas, eles próprios se intitulam “leões”. “O falso leão usa o uniforme do rodoviário

---

<sup>85</sup> Item muito comum em festas juninas e em outras comemorações. Trata-se de um pequeno explosivo feito com pólvora que, ao ser jogado no chão, explode e produz um estalo.

mas não é rodoviário, não é leão. Por exemplo, vendedor de bala no ônibus que sobe com uniforme, para parecer que já trabalhou como rodoviário” (Caiafa, *op. cit.*, p. 159).

Sobre os “falsos leões” opinam motoristas e cobradores:

Muita gente aí compra este uniforme (...) Esse rodoviário que tem verniz na cara, que fica vendendo bala, esse não existe, é falso.(...) Amanhã ou depois acontece alguma coisa, você bate, ou não pega passageiro, aí eles dizem “Ah, depois você fica vendendo bala aí pelos ônibus. Não é, isso é falso leão.(...) (Caiafa, *op. cit.*, p. 159).

Mas a figura do vendedor ambulante nos ônibus, embora sua presença seja proibida - como denunciam algumas placas expostas dentro do próprio veículo – também pode trazer alguns momentos prazerosos, tal como afirma Caiafa (*op. cit.*):

(...) comprar algum falso bombom ouro branco ou balas de iogurte, ou as mais recentes balas de erva doce ou as ‘balinhas do coração’, cor-de-rosa e em formato de coração (há ondas e modas nos produtos dos ônibus), ou uma tabuada, canetas, cortador de legumes (as cascas saem por toda parte durante a demonstração (...)) (p.174).<sup>86</sup>

Embora não tenha optado por pesquisar as vendas e os pregões que circulam nos ônibus, é preciso ressaltar algumas questões que trazidas por Caiafa (*op. cit.*). Trata-se do calor e do barulho que afetam o motorista e, conseqüentemente, os vendedores ambulantes, que costumam apregoar próximo ao motor do ônibus, que é dianteiro.<sup>87</sup> Talvez o excesso de ruído possa provocar a competição sonora e o “efeito Lombard” já mencionados anteriormente.

Se não estão dentro dos ônibus, muitas vezes os vendedores ambulantes oferecem seus produtos pela janela – geralmente água, refrigerantes ou outras bebidas geladas. Muitos alunos meus reclamavam desses vendedores. Irma, uma querida aluna já falecida, manifestou sua irritação com esse tipo de venda e fez a seguinte declaração sobre os vendedores de água e bebidas: “agora, em tudo quanto é lugar tem vendendo em garrafinha, copinho”. Priscila,

<sup>86</sup> As balinhas do coração também circulavam em ônibus de São Gonçalo – RJ, pois uma de minhas alunas, durante nossas pesquisas já mencionadas anteriormente, lembrou-se desse pregão, que segundo ela, tinha a seguinte letra: “balinhas do coração, compre as deliciosas balinhas do coração”.

<sup>87</sup> Há duas faixas (31 e 32) que incluem vendedores apregoando nos ônibus. Um deles apela para o consumidor dizendo que poderia estar nas ruas fazendo “coisa errada”, mas está ali lutando por sua sobrevivência. Outro anuncia que seu produto pode ser um passatempo para a viagem, principalmente para as crianças.

alimentando a irritação de Irma, acrescentou: “estes vendedores fazem de graça o que as pessoas pagam caro para fazer: exercício, sauna e bronzamento - que não é artificial”.

Irma também lembrou, nesse dia de aula, que um vendedor de Guaravita adorava “divertir o povão” com seu sotaque paulista ao vender o produto por “cinqüenta”, enfatizando a sílaba tônica, bem como o trema... Um outro aluno, Elton, lembrou o discurso dos vendedores de ônibus: “Boa tarde senhores passageiros. Nós éramos viciados, mas graças ao encontro com Jesus nós vendemos agora essas deliciosas cocadas.” A forma que o aluno interpretou o discurso do vendedor de ônibus lembrou-me, mais uma vez, a observação de Valente (*op. cit.*) sobre o “efeito Lombard” e as mudanças na entoação da fala.

### **2.3.6 - Vendedores de ocasião**

Quem nunca precisou comprar uma sombrinha ou um guarda-chuva no meio da rua para fugir da chuva, que atire a primeira pedra!

Quando há prenúncio de chuva, lá estão eles, por toda a parte! Trata-se de camelôs que não estão sempre nas ruas, ou, pelo menos, não estão sempre com esses produtos nas ruas e aproveitam a ocasião para conseguir ganhar algum.

Denomino-os “vendedores de ocasião” pelo fato de serem eles os que aproveitam um situação favorável para sua venda, colocando-se em lugares estratégicos ou fazendo uso de sua “competência comunicativa” para ganhar a atenção do passante.

No dia 03 de janeiro de 2006, quando um céu quase negro anunciava uma bela chuva, havia todos os tipos de sombrinha nos camelôs: de cinco reais, “da moda”, “dupla face” e “família”.

Também títulos de novelas e nomes de cantora já apareceram nos pregões: a “caneta celebridade” era vendida a um real na esquina da Amaral Peixoto quando da época da novela

“Celebridade” e as pulseiras da Sandy já fizeram sucesso na Almirante Teffé. Até Papai Noel já apareceu no Campo de São Bento a três reais ...”<sup>88</sup>

Na verdade, o que fica evidente na formação dos pregões é a mistura entre as estruturas antigas e as novas, pois os pregões se dão “em performance”, na constante “adaptação do texto ao ouvinte”, como aprendi com Zumthor (*op. cit.*). É a partir da “movência”, como denominou Zumthor, que podemos compreender a formação dos pregões, como trataremos a seguir.

### 2.3.7 - Movência

Sobre os sons que compõem o pregão, percebo três aspectos interessantes para a análise: a repetição, a utilização do próprio produto anunciado como fonte sonora e a polifonia – um arranjo polifônico com a cidade e também com outros pregões.

Em relação à polifonia, é possível escutar a musicalidade, intencional ou não, surgida do encontro de pregões. Os sons não se entrelaçam propriamente, mas algumas vezes parecem respeitar um tempo de pausa determinado para serem lançados, formando um jogo de vozes em que cada parte é cuidadosamente lançada, num tempo aparentemente respeitado. Ou seriam meus ouvidos?

Como exemplo trago uma espécie de composição a “duas vozes”(ou seria, a dois timbres?) formada por vendedores de capa, antena, carregador e bateria. Ambos costumavam ficar em frente ao Plaza Shopping, situado à rua XV de Novembro.

Há dois homens que apregoam os produtos acima citados. Inicialmente, o homem de timbre mais aberto e mais agudo lança “capa antena carregador”, mas quase não é possível

---

<sup>88</sup> O pregão da “caneta celebridade” encontra-se na faixa 33 do CD A.O pregão do Papai Noel encontra-se nas faixas seguintes – 34 e 35.

ouvi-lo, tendo em vista que o ambiente se encontra bastante ruidoso, permeado por vozes, máquinas. Minha forma nada correta de manusear o gravador também não ajuda muito.

Logo depois, também quase inaudível, um outro vendedor, de timbre mais fechado e mais grave, lança: “capa antena carregador e bateria”. Quase não é possível ouvi-lo também. Em seguida, volta a voz do vendedor de timbre mais agudo e aberto, que abrevia o pregão: “capa antena carregador”, seguido, após pequena pausa, pelo homem de timbre mais grave, que apregoa duas vezes, com um intervalo de pausa: “capa antena carregador e bateria” (faixa 36 – CD A).

O que é possível também notar a partir da gravação é que se trata do que Queiroz (*op. cit.*) denominou como “forma enumerativa”, como já afirmei anteriormente. Além disso, é a partir dos nomes dos produtos que podemos notar uma repetição que se dá, mas que não é mais a mesma coisa. É o que Bauman trata ao se referir aos “pólos de um continuum ideal” (*poles of ideal continuum*), nos quais surgem informações “completamente novas” (*completely novel*) e, ao mesmo tempo, “textos fixos” (*completely fixed texts*). Entre esses pólos, emergem estruturas de texto (e de música, podemos acrescentar) que serão encontradas na performance (Bauman, *op. cit.*, p. 40). Essa impossibilidade de se repetir exatamente da mesma forma, mas, ao mesmo tempo, se referir ao que já foi utilizado anteriormente pode ser entendida como “reiterabilidade” ou “movência”, como anunciou Zumthor (2000). É na palavra que se repete ou não, mas que tem origem no nome do produto, que os vendedores parecem inspirar suas primeiras tentativas. É a repetição que vai, aos poucos, produzindo uma forma e se unindo a formas já usadas, como o famoso “é um real”. Assim parece nascer o pregão: do encontro entre o ritmo das palavras e sua musicalidade, das inúmeras repetições lançadas pelo pregoeiro, que parece experimentar sua voz, seu timbre, sua capacidade de sedução por meio do som. É do encontro entre os sons conhecidos e desconhecidos que nascem essas músicas que se dão em performance.

Essa provisoriedade, ou, como chamaria Zumthor, “movência” - que se dá nas “incessantes recriações” - é uma característica forte nos pregões.

As fórmulas já feitas tornam possível a fluência requerida sob as condições de performance, enquanto a flexibilidade da forma permite ao cantor adaptar sua performance à situação e à audiência, tornando-a mais longa ou mais elaborada, ou mais curta ou menos adornada, de acordo com a resposta da audiência, seu próprio humor, e de como a limitação do tempo possa ditar (Bauman, *op. cit.*, p. 39).<sup>89</sup>

É no embate entre o já conhecido e o que é criado ou recriado pelo vendedor que o pregão vai tomando forma. É o vendedor que vai “sentindo” o passante, o possível comprador e, a partir das reações do consumidor, vai dando forma ao pregão. Esse jogo entre o já conhecido e o criado na hora ficou claro para mim ao conversar informalmente com amoladores em Brasília. Trata-se de amoladores que passam pelas ruas das quadras e anunciam sua passagem com pequenas gaitas.

Conversando com dois amoladores, eles me relataram que aprenderam o ofício em família. Tratava-se de dois irmãos: o mais velho vestia calça comprida, *pochette* e um chapéu de boiadeiro; o mais novo tinha um visual mais moderno e usava boné, óculos de sol em cima da cabeça, num estilo mais esportivo. Segundo me relataram, antigamente um tipo de bicicleta parecida com a que utilizam atualmente, onde pedalam e amolam os utensílios, era feita de madeira, mas dava mais trabalho para amolar. Hoje elas se “modernizaram” e não são mais feitas de madeira. O amolador mais velho disse-me que o pessoal de Brasília não estranha a presença deles nas ruas, mas alguns “mangam deles”. A gaita, também usada por amoladores pesquisados por Queiroz (*op. cit.*)<sup>90</sup> é de brinquedo e de fabricação nacional e, segundo eles, está cada vez mais difícil de achar. Da última vez que comprou, o irmão mais novo relatou

---

<sup>89</sup> “The ready-madness of the formulas make possible the fluency required under performance conditions, while the flexibility of the form allows the singer to adapt his performance to the situation and the audience, making it longer or more elaborate, or shorter or less adorned, as audience responde, his own mood, and time constraints may dictate” (Bauman, *op. cit.*, p. 39).

<sup>90</sup> “A gaita do amolador me parece ser uma das tradições mais antigas, viva ainda hoje. A bicicletinha que ele empurra pelas ruas só é pedalada na hora de trabalhar: transforma-se numa máquina de amolar.”(Queiroz, *op. cit.*, p. 33). O autor também relata que tomou conhecimento de um amolador no Rio de Janeiro que utilizava as facas e tesouras que amolava como fontes sonoras. De fato, já ouvi um amolador que fazia isso nas ruas de Icarai, muito antes de iniciar esta pesquisa.

que comprou três de uma vez (a que usava estava remendada). Quando questionei sobre onde ficavam guardadas as “bicicletas”, eles me responderam que, como são pesadas, são guardadas por porteiros dos prédios das quadras que freqüentam.

Nas gravações, podemos perceber que há uma certa tendência para um movimento descendente de alturas em graus conjuntos que estaciona e permanece algum tempo no som mais grave e é seguido de um movimento ascendente, no qual a nota mais aguda é tocada quase em *staccato*, o que finaliza a parte instrumental. Geralmente, após essa última nota, segue-se um pregão vocal (faixas 37 e 38 - CD A).

As gravações foram feitas de minha janela, antes de nossa conversa informal e seguem um padrão parecido com o descrito acima. Antes da pequena descida do fá5 ao dó 5, há uma seqüência que antecede o fá (ré-mi-fá). Ao chegar ao fá, uma linha descendente formada por graus conjuntos atinge o dó, nota mais grave, onde há um pequeno prolongamento seguido de uma linha ascendente em graus conjuntos que vai do dó ao sol. Uma outra gravação (faixa 39 do CD A) mantém movimento parecido (prolongamento seguido de graus conjuntos ascendentes e um quase *staccato* na nota mais aguda), mas realiza-se numa altura mais aguda (2ª maior superior) e, como foi gravada antes de nossa conversa, é possível que essa última gravação seja fruto da gaita de outro amolador.

Nas gravações seguintes, após nossa conversa, mantêm-se apenas os movimentos descendentes e ascendentes, mas a forma de tocar, as notas utilizadas e a duração das notas são modificadas. Ao me mostrarem como fazem, “capricham” na performance. Numa delas, o amolador utiliza uma voz mais grave, pois mostra-me como fazia seu pai. Na gravação em que mostra sua forma de apregoar, o irmão mais velho (faixa 40 – CD A) inicia sua performance numa escala ascendente e somente depois desce, para subir de novo e introduzir o pregão vocal: “Olha aí o amolador de alicate, tesoura, faca e facão, olha aí!”

Na gravação seguinte (faixa 41 – CD A), ao imitar o pai que o ensinou a apregoar, o irmão mais velho não utiliza a gaita, mas reproduz a letra usada: “Ele dizia: olha o amolador de alicate e tesoura!”

O irmão mais novo, ao realizar sua performance, também o faz de forma mais lenta e utiliza mais notas do que costuma usar normalmente. Inicia sua performance numa escala ascendente, desce e depois sobe, realiza uma nota mais longa que as anteriores e continua subindo até interromper a gaita para realizar o pregão vocal: “Amolador de faca, tesoura e alicate” (faixa 42 – CD A).

Finalmente, o irmão mais velho mostra uma outra vez sua forma de apregoar (faixa 43 – CD A) e, desta vez, troca a ordem comumente utilizada: inicia com um pregão vocal - “o amolador de faca vai passando, olha aí!” e depois faz uma pequena escala ascendente para terminar.

O que essa pequena amostra me levou a pensar é que, desde o início, foi uma decisão acertada optar pelo gravador e não pela câmera de vídeo, pois a audiência modifica completamente a performance e a utilização das formas já fixadas ou das que serão criadas pelo pregoeiro. As formas já aprendidas e transmitidas de um pregoeiro a outro vão facilitar a performance, mas a inovação vai se dar, principalmente quando o público permitir.

Ao citar uma passagem escrita por Alberto Lord, a qual transcrevo abaixo, Bauman (*op. cit.*) relembra a importância do público na condução da performance:

Quer a performance tome lugar em casa, num café, no campo, ou nas salas de um nobre, o elemento essencial da ocasião do canto, que influencia a forma da poesia é a variabilidade e a instabilidade do público. A instabilidade da audiência requer um grau acentuado de concentração por parte do cantor de maneira que ele possa cantar em qualquer situação; ela também testa, ao limite, sua habilidade dramática e sua habilidade narrativa de manter o público o mais atento possível. Mas é a duração da canção que é mais afetada pela impaciência da platéia. (Lord *apud* Bauman, *op. cit.*, p. 38-9)<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> “Whether the performance takes place at home, in the coffee house, in the countryyard, or in the halls of a noble, the essential element of the occasion of singing that influences the form of the poetry is the variability and instability of the audience. The instability of the audience requires a marked degree of concentration on the part of the singer in order that he may sing at all; it also tests to the utmost his dramatic ability and his narrative skill in

Explica Lord que, se a audiência for receptiva, o cantor pode prolongar sua performance, aprofundando-se nas passagens descritivas com mais detalhes e, caso contrário, pode até encurtar a canção para não ultrapassar o limite da “paciência” dos ouvintes.

No caso dos amoladores, essas “passagens” mais elaboradas e mais demoradas ficaram claras quando a performance era feita especialmente para me mostrar como eram seus pregões...

Voltando à Niterói, alguns pregões gravados pela voz do mesmo vendedor não se modificam completamente. Recorre-se à reiteração, tal como colocou Zumthor (*op. cit.*), em que a repetição é utilizada, embora saibamos que no pregão a forma é sempre provisória. Mesmo que se mantenha a mesma letra, a voz entoada de forma diferente, pois cada forma possui a sua singularidade - é tecida e urdida no cotidiano e na experiência.

No exemplo do pregão do vendedor de cartões da Telemar, é possível identificar quase o mesmo texto - “cartão Telemar, hein”-, a mesma linha melódica e uma pequena variação na altura. Talvez seja possível afirmar que o cansaço vocal possa também ter dado sua contribuição (faixas 44 a 46 – CD A).

No caso de um outro pregão, o de *confeti* já mencionado anteriormente, há algumas similaridades, mas também diferenças. Às vezes, o nome do produto aparece no pregão (“três *confeti* é um real”); outras vezes é omitido (“três é um real”); outras vezes alterna-se com outros produtos (“três *confeti* é um real, cinco jujuba é um real”), ou seja, o camelô trabalha no limite da repetição e da inovação, mantendo padrões e modificando algumas partes do pregão (faixas 8, 14, 20 e 47 – CD A).

---

keeping the audience as attentive as possible. But it is the length of a song which is most affected by the audience’s restlessness” (Lord *apud* Bauman, *op. cit.*, p. 38-9).

Assim como no caso do *confeti*, o pregão do gás, talvez o mais conhecido em Brasília, mantém uma forma padrão que, algumas vezes, admite variações: “Ó<sup>92</sup> o gás!” (faixas 49 e 50 do CD A e 1 a 4 do CD B). Algumas vezes o pregão inclui a palavra promoção.<sup>93</sup>

Essas são apenas algumas observações sobre as formas que o vendedor encontra de manter sua “competência comunicativa” por meio de formas já fixadas que têm à mão, bem como na tentativa de arriscar novas formas.

Finalmente, é importante mencionar que, muitas vezes, o pregão é fruto do próprio produto a ser vendido, ou seja, a mercadoria é a fonte sonora da qual nasce o pregão. Estalinhos e despertadores, bem como os CDs já mencionados anteriormente fazem parte desse grupo (faixas 5 e 6 – CD B).

---

<sup>92</sup> Corruptela de “olha”.

<sup>93</sup> Uma observação pessoal: quando cheguei a Brasília, minha filha, que tinha apenas 3 anos, repetia com frequência o pregão do gás.

### CAPÍTULO 3 - PREGÕES: PROBLEMAS DE TRANSCRIÇÃO

Um colega musicólogo questionou-me espantado se os pregões eram música. Obviamente, a pergunta reflete uma visão fechada sobre o conceito de música. Respondi-lhe que sim, fornecendo-lhe as informações técnicas, como a existência de estruturas melódicas e rítmicas, justificando assim a minha certeza. Ele acabou por concordar. Meses depois, durante a pesquisa de campo, perguntei a um vendedor de rapadura, como ele aprendera a cantar o seu pregão. Ele respondeu-me: “isso não é cantar, é mercar (...) quem fala cantar é o povo paulista, o povo sulista. Aqui a gente tá mercando a mercadoria senão ninguém ouve”(...) A resposta me frustrou e me fez questionar toda a minha pesquisa (Queiroz, 2001, p. 54)

Queiroz revela claramente que ouvimos sob diferentes perspectivas e que, por isso, como vimos afirmando nos capítulos anteriores, os pregões parecem oscilar entre diferentes classificações. Para o vendedor entrevistado por Queiroz (*op. cit.*), apregoar significa mercar, enquanto para o escultor Nollekens, já citado, os pregões eram música estimulante para seus trabalhos.

Os pregões parecem mesmo resistir a rótulos. Contudo, rótulos dependem definitivamente de quem os coloca, pois “é preciso uma teoria para ver o mundo” (...)“é preciso regras para ver, para dar forma ao mundo e melhor percebê-lo”, conforme assinala Cyrulnik (1995, p. 10). É necessário também uma “teoria” para escutar o mundo, para dar forma aos sons que chegam aos nossos ouvidos. Como nos ensinou Wisnik<sup>94</sup> e outros estudiosos da música: som e sentido caminham de mãos dadas.

Se a visão de mundo é sempre direcionada por um paradigma, a escuta do mundo também o é. E se vemos, escutamos e sentimos o mundo a partir de um determinado paradigma que norteia nossas percepções, o que dizer da hegemonia do paradigma da chamada “ciência moderna”, denominado por Santos (1993) “primeira ruptura epistemológica”, que continua a permear muitas práticas pesquisadoras, dicotomizando teoria e prática, discursos

---

<sup>94</sup> Para mais informações, ver WISNIK, José Miguel. *O som e o sentido – uma outra história das músicas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

científicos e discursos fabricados no cotidiano? Onde se encaixam os pregões? Por que alguns musicólogos ainda questionam sua musicalidade? E o *sprechgesang*<sup>95</sup> de Schoenberg? Tem ele alguma relação com os pregões escutados nesta pesquisa? Onde está demarcada a fronteira entre “cantar” e “mercar”, entre o “dito” e o “cantado” (Zumthor, 1997, p.187)?

Para Zumthor, uma linha tênue separa o que é “dito” do que é “cantado” e é o contexto que se torna peça fundamental para a demarcação de fronteiras. Para o autor, o “dito” utiliza “apenas uma pequena parte dos recursos da voz”, enquanto que o canto “exalta sua potência, (...) glorifica a palavra”(op. cit., p. 187)<sup>96</sup>. Schoenberg trabalha justamente no limite dessa fronteira tênue: entre o canto e a fala.

Se muitos estudiosos tentaram mapear os itinerários que levam da fala ao canto, prefiro optar, mais uma vez, pela teoria elaborada por Zumthor. Em primeiro lugar, porque o autor parece reforçar continuamente a importância do contexto cultural, que define diferentemente o que poderia ser canto do que poderia ser falado, enunciado, entre outras coisas. Ainda, o autor opta por definir “três modalidades: a voz falada (*dito*), o recitativo escandido ou a salmodia (o que em inglês se exprime por *to chant*) e o canto melódico (em inglês, *to sing*)” (op. cit., p. 188).

É possível “encaixar” os pregões, na maioria das gravações, como sendo pertencentes à segunda modalidade, ou seja, muitas vezes o pregoeiro recita algo com entonação musical, repete uma expressão ou um tipo de *slogan*, explorando a musicalidade da fala, lembrando-me a afirmação de Tatit (2004, p. 41) : “o canto sempre foi uma dimensão potencializada da fala”.

---

<sup>95</sup> No verbete de mesmo nome do *Dicionário Grove de Música* (1994), encontra-se a seguinte definição: “... tipo de enunciação vocal entre a fala e o canto (...) explorado particularmente por Schoenberg, o qual escreve (prefácio a *Pierrot Lunaire*) que a voz devia ‘dar a altura com precisão, mas imediatamente depois deixá-la descer ou subir; o intérprete deve fazer de tal forma que o *Sprechgesang* não se pareça nem com a fala natural nem com o canto autêntico’(...)”(p. 895)

<sup>96</sup> Zumthor (op. cit.) assinala que Alban Berg menciona “níveis de musicalidade” que vão do “simples falado” até o “cantado”, enquanto que o próprio Zumthor cita três modalidades sobre as quais a voz se encaixa, que vão da “voz falada” ao “canto melódico”(Zumthor, op. cit, p. 188). Schafer também faz algumas considerações sobre o assunto, indo do que denomina “estágio-fala” aos “sons vocais manipulados eletronicamente” (Schafer, 1996, p. 240).

Mas, ao tentar classificar um pregão como canto ou fala, não seria arriscado extinguir toda a complexidade que esta manifestação traz consigo?

Tomando como referência um termo utilizado por Zumthor, prefiro sugerir que os pregões se constituem em meio a “deslizamentos”, ora escorregando para o dito, ora deixando-se envolver pelo cantado, pois tudo depende também do “horizonte de espera”, já que “as culturas, ao longo do tempo, valorizaram de forma diferente a voz (...) daí a diversidade de critérios” (*op. cit.*, p. 189).

Uma outra questão essencial é levantada por Zumthor, ao questionar a relação entre “música” e “texto poético”. Questiona o autor se “um leva vantagem sobre o outro, na atenção do auditório”. É ele quem responde, afirmando a impossibilidade desta relação se dar de forma “constante” ou “simples”:

Uma gradação ideal parece se delinear: um dos seus pólos extremos será uma dicção discretamente ritmada e fracamente melódica, deixando o texto impor sua força e seu peso (...); o outro, certo ar de ópera comovente pela pura musicalidade da voz, sem que as palavras pronunciadas ali sejam quase inócuas. A partir de que ponto, se transitamos no longo espaço separando esses extremos, experimenta-se o sentimento de não estar mais na poesia, porém de entrar na música? (...) Não há etapas nesse movimento; nem escalas que se possam numerar. Cada performance permite, a princípio, avaliar os poderes expressivos em jogo e a relação que se estabelece entre eles. Essa avaliação, no entanto, se faz graças a parâmetros dos quais o ouvinte está consciente de forma desigual; ela depende com efeito da amplitude dos meios de execução, da intenção que preside a recepção, e dos hábitos culturais (Zumthor, *op. cit.*, p. 192-93).

Mais uma vez, é possível voltar aos “deslizamentos”: na escuta de um pregão estão em jogo “hábitos culturais”, “parâmetros” e “pontos de escuta” (Castro, 1988).

A leitura de Langer (1953) também esclareceu muitos pontos acerca dessas fronteiras. No texto intitulado “o princípio de assimilação”, Langer explora questões referentes à música e à palavra, destacando a importância do canto na história da humanidade e enfatizando o poder que ele trazia às palavras, fosse em preces, fosse em magia. Para a autora, um bom compositor sabe utilizar a linguagem verbal na música aproveitando toda a sua riqueza, sem, no entanto, subordinar a música à poesia, transformando as palavras em “elementos da

música”. No meu ponto de vista, nem mesmo a poesia se subordina à música, mas, acaba a ela se misturando, apagando fronteiras antes demarcadas.

Para Langer (*op. cit.*), a “toada” ilustra bem o “princípio de assimilação”: trata-se de “uma forma musical (...) que começa com um texto, mas toma dele principalmente o padrão de acentos métricos para estruturar uma melodia simples, autônoma...” (p. 161). A “toada” parece apresentar muita semelhança com a forma dos pregões: também neles o padrão de acentos métricos parece ser bem aproveitado pelas melodias construídas. Melhor dizendo: é a partir da musicalidade das palavras, é a partir da intensidade originada quase sempre dos acentos métricos, que o pregoeiro vai dando forma ao seu pregão. Relembrando Tinhorão: o vendedor parece ir explorando as sonoridades possíveis das palavras que utiliza (nome do produto, preço, entre outros) e, por meio da voz, vai experimentando formas variadas de entoar ou cantar o que deseja vender ou comprar (Tinhorão, 1976, p. 49).

É dessa forma que nasce um pregão o qual, aos poucos, vai ganhando as ruas da cidade por meio da voz do vendedor, encantando, cantando, surpreendendo ou irritando os passantes. É essa criação, que toma forma em timbres, alturas e intensidades diferentes nas performances dos camelôs da cidade, que pretendo abordar a seguir, destacando, a partir de transcrições musicais realizadas, alguns traços constantes nos pregões.

### 3.1 - Sobre transcrição

As quatro gravuras mostradas no livro de Massin (fig. 26)<sup>97</sup> certamente não são as únicas tentativas de transcrição de pregões que circulavam nas ruas européias, mas são alguns exemplos das primeiras tentativas conhecidas, citadas pelo autor na França. Trata-se de

---

<sup>97</sup> Segundo Massin (*op. cit.*, p. 114-5), é a primeira vez na França que as imagens vêm acompanhadas pela transcrição musical dos pregões. Massin também acrescenta que a série, das quais temos apenas quatro exemplos, é constituída por 13 pranchas e foi desenhada por Vathier e litografada por E. Engelmann (1822).

homens e mulheres que apregoam sapatos e tijolos; carregam água e oferecem serviços, como é o caso do amolador.

A partir do encontro com essas imagens, é possível e necessário questionar: num “mundo esmigalhado pelo abuso da escrita” (Zumthor, *op. cit.*, p. 194), qual o lugar das músicas que sobrevivem da “boca ao ouvido”? Vivendo o pregão na oralidade, é possível – e/ou preciso – transcrevê-los? Ao colocá-lo sob forma escrita, não o estaríamos engessando sob uma forma fixa, que não é a sua própria?



Figura 26 – Os pregões de Paris com acompanhamento musical - desenhados por Vathier e litografados por E. Engelmann (1822)

Essas perguntas acompanharam todo o trajeto da pesquisa. Questionei-me, muitas vezes, se, por apresentar anexada a esta pesquisa um registro sonoro, era preciso registrar os pregões sob outro formato. Preocupava-me o fato de que, ao transcrever e realizar a tradução do som para o papel, eu pudesse simplificar os pregões, dissecando-os como “cadáveres”, tal como muitas pesquisas pautadas na “primeira ruptura epistemológica” fizeram, a fim de comprovar e quantificar seus resultados (Santos, 1993).

Contudo, algumas questões surgiram durante a escuta atenta dos arquivos sonoros já mencionados: numa “paisagem sonora” como a da cidade, em que os sons muitas vezes se sobrepõem, se cruzam, se interpenetram, ou até mesmo dialogam, é possível, para o ouvinte que lidará pela primeira vez com o material, identificar rapidamente os pregões? São eles sempre “claros” à escuta? Seria transcrever uma solução apropriada para a pesquisa?

Obviamente que não é preciso ouvir muitas faixas do CD para responder as perguntas acima. Algum tipo de visualização, que pudesse auxiliar o ouvinte durante a escuta do registro sonoro feito em CD, era necessária. Se era necessário realizar algum tipo de transcrição, o modo de fazê-la ainda era desconhecido.

Recorri à pesquisa de Queiroz (*op. cit.*), constatando que o autor fez uso de transcrições musicais utilizando a notação musical convencional para representar os pregões recolhidos durante sua pesquisa de campo em Salvador. O pesquisador também realizou algumas adequações, tais como setas, que mostravam que a nota executada pelo pregoeiro não era exatamente a nota transcrita. Ou seja: nem sempre a notação musical convencional conseguia suprir, em seu registro, todas as riquezas da oralidade. Por esta razão, o autor também não utilizou barras de compasso (nem mesmo a final), nem indicações de métrica.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> A partir da grafia dos pregões, Queiroz realizou um tipo de análise do material recolhido em campo, tendo como base os seguintes parâmetros: número de notas utilizadas, sua extensão; ornamentação; fidelidade ou infidelidade à prosódia.

No entanto, as “paisagens sonoras” visitadas pelo pesquisador eram, provavelmente, muito diferentes das que eu havia encontrado durante minha pesquisa e, por isso, era preciso procurar outros caminhos para resolver os problemas surgidos em minha tentativa de transcrever os pregões.

Minhas dificuldades em relação à transcrição dos pregões continuavam. Em minha pesquisa não era possível transcrever os pregões recolhidos com a precisão dos compassos nem das alturas tonais (com exceção do pregão dos amoladores). Não era possível repetir o uso – muitas vezes, equivocado – da notação musical convencional, como fizeram algumas pesquisas etnomusicológicas que tentaram traduzir para a linguagem tonal uma música que não se adequava às suas regras, caindo, portanto, numa armadilha eurocêntrica. Embora muitos etnomusicólogos já tenham recorrido à notação européia para transcrever seus exemplos sonoros, segundo Ellingson (1992), muitas vezes isso ocorreu por ser a notação européia a “tecnologia disponível” no contexto ao qual pertenciam. A hegemonia da “primeira ruptura epistemológica” (Santos, *op. cit.*) nas pesquisas também contribuiu para o uso de tais ferramentas, pois, para a chamada “ciência moderna”, era imprescindível a quantificação, a medida, o isolamento e a dissecação do “objeto” a ser estudado. Todavia, sabemos que esses paradigmas que privilegiam a quantificação foram sendo - e continuam sendo - quebrados pela ciência e, no caso da etnomusicologia, a

própria transcrição começou a parecer menos relevante que outras metodologias para investigar importantes questões etnomusicológicas como fatores sociais, políticos, econômicos e simbólicos nos sistemas musicais (Ellingson, *op. cit.*, p. 137)<sup>99</sup>

Assim, uma relação mais profunda entre música e cultura, a importância do registro de “elementos extra-acústicos” (Ellingson, *op. cit.*, p. 144) nas pesquisas, a pesquisa de campo e o surgimento de novas tecnologias, como ressalta Ellingson, auxiliaram os pesquisadores a enxergar muito mais do que uma transcrição isolada. Artigos da ANPPOM (Associação

---

<sup>99</sup> “Transcription itself began to seem less relevant than other methodologies for investigating important ethnomusicological questions such as social, political, economic and symbolic factors in musical systems.”

Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música) continuam a trazer discussões sobre transcrição, pois, como afirmou Ellingson (*op. cit.*), “os problemas de transcrição são os problemas da própria etnomusicologia” (p. 146).<sup>100</sup>

O artigo de Cardoso (2003), publicado nos Anais do XIV Encontro da ANPPOM, interessou-me especialmente. Baseado também em Ellingson, entre outros pesquisadores, Cardoso levanta questões importantes sobre a tradução que a transcrição de um registro sonoro (que passa a ser gráfico) exige. Ressalta, com outras palavras, que os paradigmas que permeiam nossa relação com o mundo vão influenciar diretamente nossas transcrições. Assim, “dois ouvintes diante do mesmo sinal musical, criarão construções mentais diferentes que, por sua vez, originarão transcrições distintas” (Cardoso, *op. cit.*, p. 136).

Para Cardoso (*op. cit.*), é preciso questionar se a transcrição é realmente necessária dentro da pesquisa realizada e para que necessita-se dela. É ele quem questiona: o que devemos transcrever? Como fazê-lo? Para que fazê-lo?

Se o “o que” e o “para que” estavam claros, faltava ainda definir “como” iria realizar as transcrições dos pregões recolhidos em campo.

Pesquisar alguns registros sonoros feitos por Luiz Tatit (2004) certamente ajudou a lançar luz sobre outras possibilidades de transcrição. Tatit transcreve canções brasileiras e utiliza linhas horizontais para identificar alturas, escrevendo a letra da canção nessas linhas e indicando ao leitor a altura utilizada em cada sílaba da canção; utiliza também o negrito para as sílabas longas; revela quando há ligação de uma palavra a outra. Suas transcrições parecem formar interessantes gráficos sonoros. Porém, as canções transcritas por Tatit podem ser quantificadas tanto por padrões conhecidos de duração quanto de altura, o que não acontece nos pregões que pesquisei. Tatit trata de músicas diferentes dos pregões entoados na cidade. A busca continuava.

---

<sup>100</sup> “The problems of transcription are the problems of ethnomusicology itself.”

Recorrer aos trabalhos de meus alunos também ajudou na compreensão de que a notação convencional poderia aprisionar os pregões nas “grades” da pauta musical. Refiro-me a trabalhos realizados com um grupo de alunos do CETEP, em 2004, nos quais pude observar os diversos itinerários de escuta, os diferentes modos de escutar a cidade, a partir dos registros realizados sobre as ruas pelas quais passavam em seus trajetos cotidianos. A riqueza das diversas paisagens sonoras de Niterói, São Gonçalo e Rio de Janeiro aparecia também registrada sob diferentes formatos – o que passamos a denominar “mapas sonoros”.

Os registros apresentados lembraram-me as palavras de Schafer (1994) sobre escutar de forma diferente - seja cada indivíduo, seja cada sociedade, pois, nos trabalhos, pude notar a percepção diferenciada entre fundo e figura. Pude notar, enfim, alguns “hábitos culturais e perceptivos” (Schafer, 2001, p. 215) na escuta atenta das ruas e, embora todos os trabalhos tenham me auxiliado na escuta da cidade, trago apenas alguns, que me ajudaram especialmente a pensar sobre as transcrições dos pregões.

O trabalho de Priscila (fig. 27 a 31), por exemplo, foi realizado num “supermercado banal”. Seu “teor-inspirativo-de-criação” foi a “variedade de fontes sonoras” encontradas neste local.

Priscila traz sons produzidos por objetos construídos pelo homem e traz, também, sons vocais. A música ambiente “baixinha” e “deliciosa” funcionou como fundo musical, ocupando todo o universo do mapa. Assim, as “paredes sonoras” da Muzak eram derrubadas pela escuta atenta da aluna, fazendo com que o fundo musical servisse às máquinas-solistas do supermercado, como a etiquetadora, a geladeira e o carrinho de compras. Além disso, os sons vocais produzidos pela balconista (“som alto”, “dissonante”) contrastavam com a voz “média e lenta” da tia da aluna.

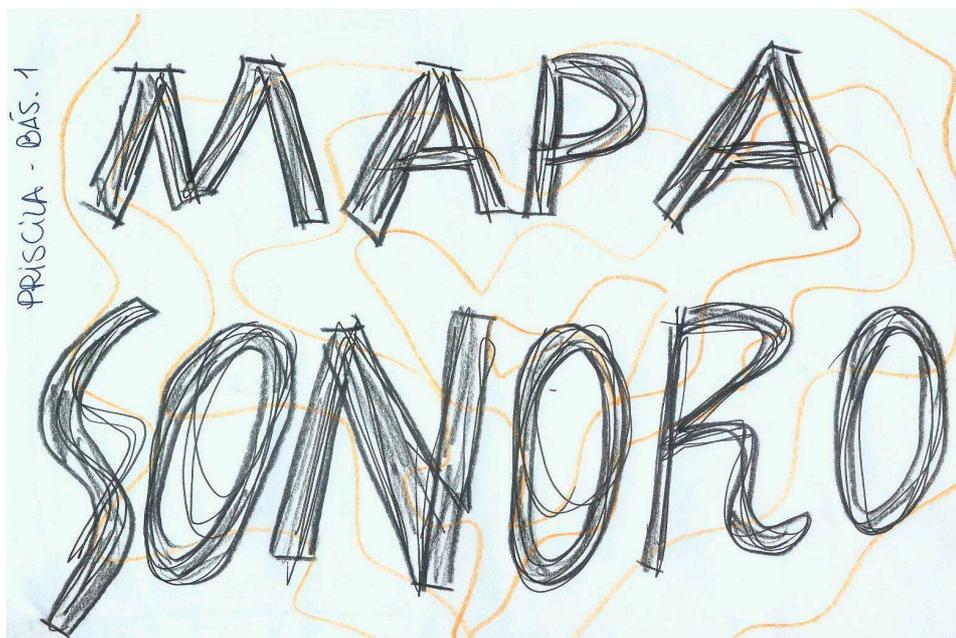


Figura 27 – Capa do trabalho da aluna Priscila

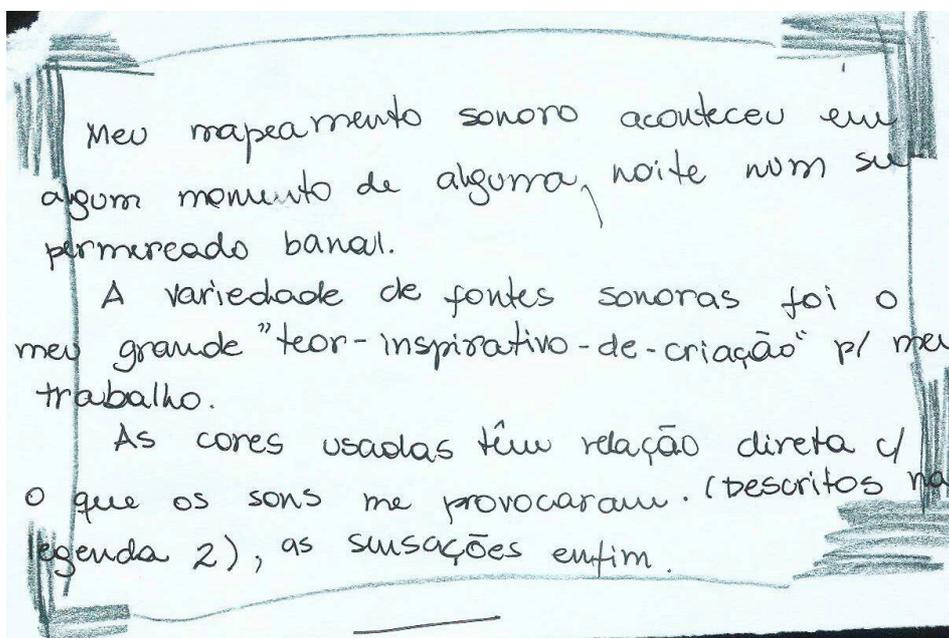


Figura 28 – Descrição do mapa sonoro realizado pela aluna Priscila

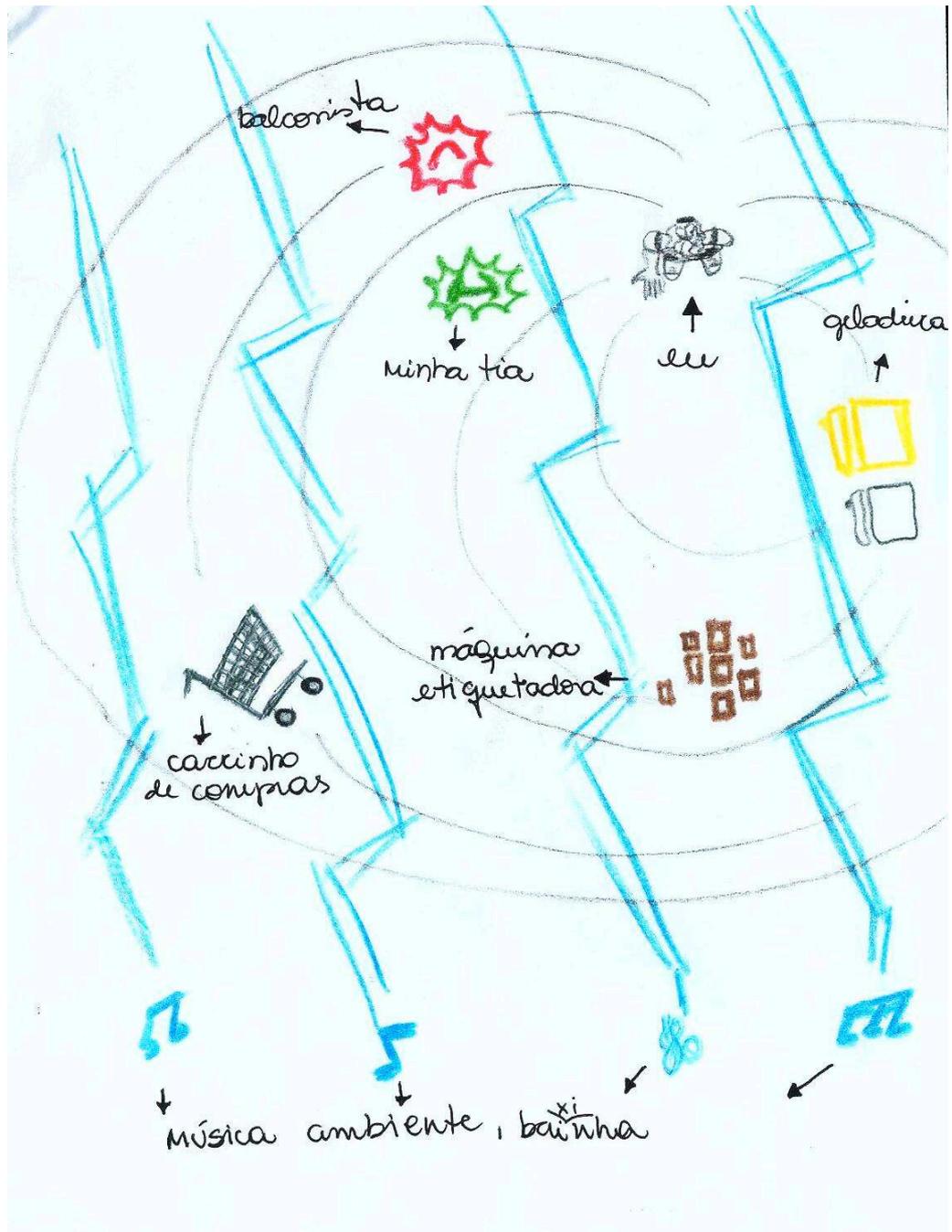


Figura 29 – Mapa sonoro ( Priscila)

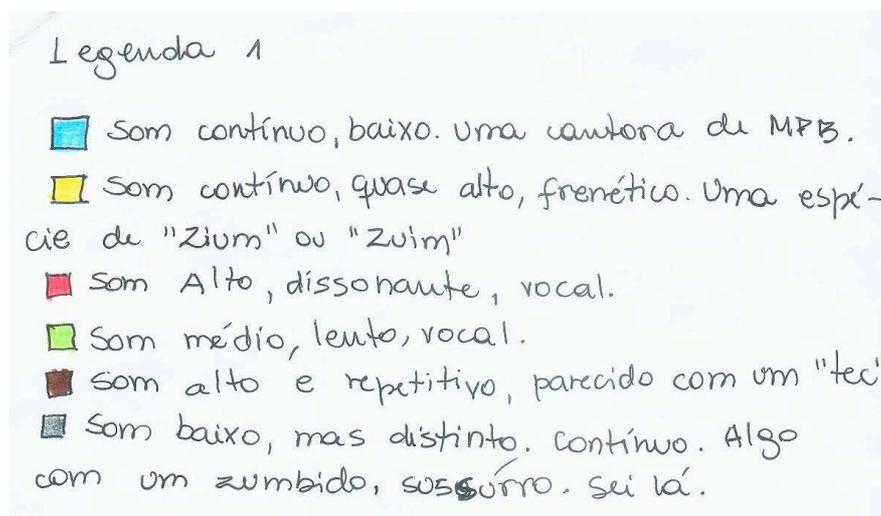


Figura 30 – Legenda 1- Mapa sonoro ( Priscila)

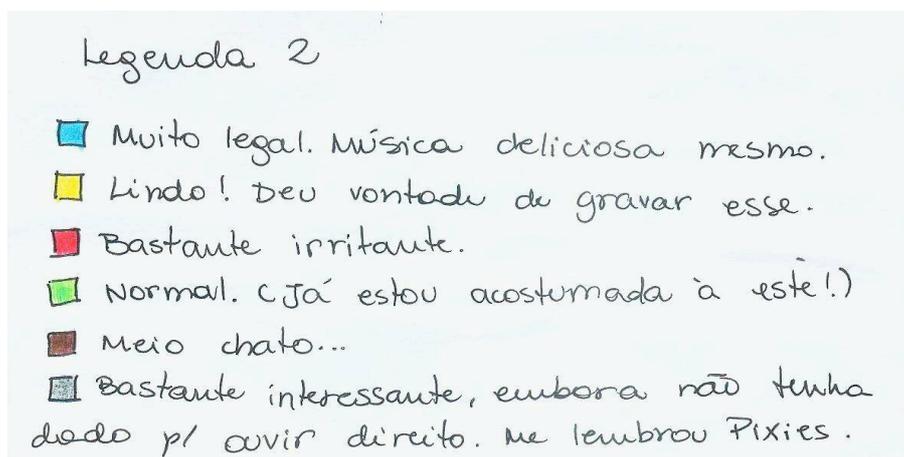


Figura 31 – Legenda 2 – Mapa sonoro ( Priscila)

O que serviria apenas como “perfume acústico”, ou seja, a música de fundo, passou a ser escutado por Priscila como uma “música muito legal”, “música deliciosa mesmo”, e sons produzidos por máquinas, como a “linha horizontal” mostrada anteriormente neste trabalho, o “zuim” da geladeira, agradaram tanto a aluna, que “deu vontade de gravar.”

Priscila utiliza cores e elabora uma legenda para que o leitor possa entender suas sensações e as fontes sonoras que provocaram as sensações descritas.

Já nas pesquisas de Gustavo e Irma foram privilegiadas descrições dos ambientes por eles escutados. Gustavo não encontrou “nada de interessante” em sua rua e decidiu inspirar-se em seus trajetos para a academia de musculação. Relata o aluno:

Existe uma casa no meu bairro que é de uma amiga minha e lá possui um ar-condicionado. Sempre quando passo em frente a casa dela, na parte da manhã, o “ar” está ligado. O que me chamou mais a atenção é o som que ele emite. É um som esquisito e ao mesmo tempo engraçado. Parece que é uma pessoa roncando ou algo parecido, realmente é muito estranho.

As observações de Gustavo se ligaram imediatamente às de Irma, que pesquisou dois lugares diferentes: o centro do Rio de Janeiro (Av. Passos) aproximadamente ao meio-dia e uma rua de São Gonçalo no horário de 8 às 9h30 da manhã. Na primeira rua, Irma destacou:

sirene de ambulância, motor acelerado (dos ônibus), vozes de pessoas que passam, ataque de pivete a um pedestre (gritaria), pombos batendo asas, motocicleta, vozes de camelô (apregoando suas mercadorias), badalar de sinos (na igreja), celulares que tocam, buzina de carros ( e muito mais que não deu tempo de anotar)

Na segunda rua, apareceram os sons de:

buzina de caminhão (como se fosse um apito de navio), freada de um automóvel, carro de polícia (com a sirene ligada), pedestres que falam (...), barulho de britadeira, trator e homens falando (esta rua está em obra). Carro de som anunciando promoções de uma loja de móveis, carros que passam com o som do rádio muito alto, telefone das casas ( da rua mapeada) e o acontecimento diário - o apito do trem de passageiros.

Ambos os trabalhos trazem o cenário descrito por Schafer da “paisagem sonora” *lo-fi* (Schafer, 2001). Alguns elementos desta paisagem, revelados nos trabalhos de Irma e Gustavo, vão ser recorrentes nas gravações realizadas no Centro de Niterói. Trata-se de uma paisagem que, pelo excesso sonoro e pela intensidade do tráfego, provoca, segundo Valente:

um ruído de fundo, contínuo, estabelecendo uma espécie de baixo ostinato na orquestração da cidade do final do século XX. Sendo assim, a descontinuidade só pode ser experimentada em breves períodos de tempo durante a madrugada – na calada da noite-, quando o número de veículos em circulação diminui sensivelmente (...) (Valente, *op. cit.*, p. 34-5).

A “calada da noite” também parece ter seus dias contados, pois o “baixo obstinado” produzido pelo intenso tráfego de veículos durante o dia vem sendo gradativamente substituído pelos aparelhos de ar-condicionado, pelas gotas de chuva que neles caem continuamente, irritando as almas mais pacientes, ou ainda, pelos aparelhos de som que amplificam as músicas que não escolhemos ouvir, nos famosos salões de festas dos prédios, que, com seus hábitos “esquizofônicos” (para usar mais uma vez, um conceito de Schafer), fazem-nos desejar ter nascido com “pálpebras auditivas” (Schafer, 2001, p. 29).

Outro aspecto trazido na pesquisa de Irma também foi recorrente nas gravações: os cruzamentos de sons e as quase inaudíveis intervenções sonoras dos sons cotidianos e corriqueiros que, para serem percebidos, precisam ter sua intensidade elevada ou serem alvo de uma escuta atenta. Irma também descreve “vozes de camelôs” e um “carro de som anunciando promoções de uma loja de móveis” – pregões oriundos de vozes – “acústicos”, e pregões “eletrificados”, como os denominou Queiroz (*op. cit.*).

O trabalho de Monique também abordou a competição sonora existente na cidade e foi realizado no Centro de Niterói, num espaço próximo à estação das barcas, “entre o Bay Market e o terminal”<sup>101</sup>. Monique logo percebeu o “efeito Lombard” - a competição sonora entre camelôs – o apito das barcas e o “som de fundo dos ônibus e das pessoas passando”. Em seu trabalho, apresentou um interessante gráfico, em que o apito é representado por um único traço espesso na cor marrom, enquanto que o baixo obstinado produzido pelo “fundo sonoro” é representado pela cor amarela e atravessa todo o mapa sonoro, como a música de fundo do supermercado, representada por Priscila pela cor azul.

Monique traz os três camelôs: “os *picachus*<sup>102</sup> de pelúcia que gritam um som ridículo e infantil” e duas mulheres que vendem o mesmo produto a três passos de distância. “No grito,

<sup>101</sup> Trata-se da Rua Visconde do Rio Branco, onde se localiza a estação das Barcas.

<sup>102</sup> *Pikachu* é um tipo de *Pokémon* (marca japonesa responsável por uma série de produtos, inclusive a fabricação de jogos para *videogames*). O *Pikachu* é um desses personagens, que acabou migrando para os desenhos animados. “O nome vem de ‘pikapika’ (faiscar em japonês) e chuu (o som do rato em japonês)”. Trata-se de um

quem vende mais...”, assinala a aluna. Ambas têm como produto uma bebida gelada e “gritam”: “Guaravita 50, uiauia [?] 1 real. Tudo bem gelado”

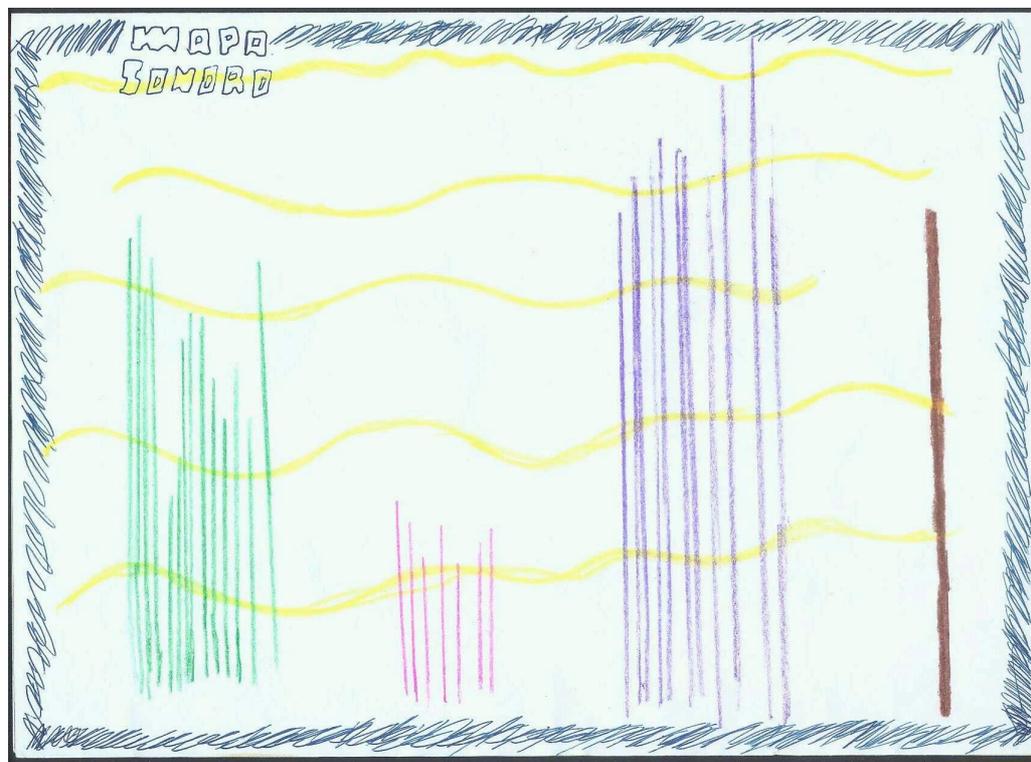


Figura 32 – Mapa sonoro ( Monique)

---

rato amarelo, com orelhas grandes e “cauda em forma de raio”. Quando se ouve um determinado som – “um de seus “pikas”, ele torna-se um *Raichu*. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Pikachu>. Acesso em: 27 fev. 2006. Provavelmente, o som ao qual Monique se refere tem relação com os “pikas”.

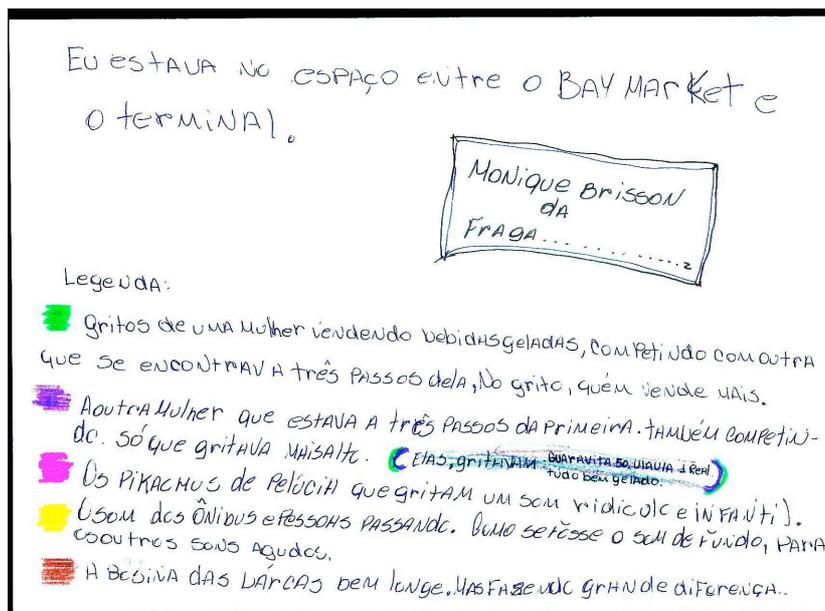


Figura 33 – Legenda do Mapa sonoro da aluna Monique

Se a grafia de Monique deixa algumas dúvidas para minha análise, pois ainda não conhecia o termo “uiauia” em pregões já ouvidos sobre o produto citado - Guaravita, penso que ela traz um grande desafio para as transcrições: como realizar a notação dos pregões em um ambiente em que a competição sonora muitas vezes provoca uma escuta polifônica e, ao mesmo tempo, caótica, pela intensidade de alguns ruídos? É possível tudo escutar?

Acrescentando ainda algumas questões assinaladas por Cardoso (*op. cit.*), era indispensável perguntar: o que seria essencial em minhas transcrições? <sup>103</sup>

Se o essencial já era visível aos meus olhos e perceptível à minha escuta, ainda era preciso pensar sobre que tipo de notação eu deveria usar. Para tal questão, Cardoso, baseado em Nettl, responderia que é na “seleção” – do essencial – que se pode perceber que símbolos podem ser utilizados nas transcrições. É também possível concordar que, se o essencial será diverso em cada pesquisa, diversos serão, também, os símbolos utilizados pelos pesquisadores, pois diferentes são os contextos culturais nos quais as músicas pesquisadas se inserem.

<sup>103</sup> Cardoso levanta esta questão a partir de uma interessante citação de Nettl: “...qualquer tipo de notação deve selecionar do fenômeno acústico aquilo que o anotador **considera mais essencial**, ou ela seria tão complexa que ela própria seria muito difícil de perceber” (Nettl *apud* Cardoso, *op. cit.*, p. 138, grifo nosso).

Assim, na realização das transcrições que trago em anexo a este trabalho, das quais selecionei algumas para análise, o leitor-ouvinte observará que, para facilitar o trabalho de escuta de uma paisagem sonora bastante diferente da música gravada em estúdio, apoiei-me em alguns sinais para a escrita dos pregões. Apoiei-me também no que Ellingson (*op. cit.*) denomina “transcrição conceitual”:

(...) que procura fornecer uma definição gráfico-acústica dos conceitos essenciais e dos princípios lógicos de um sistema musical (...) Em uma transcrição conceitual, características essenciais são presumidas serem já conhecidas por meio da pesquisa de campo, lições de performance, estudo das notações aurais e escritas tradicionais e processos de aprendizagem e liderança. A transcrição então torna-se um meio (...) de definir e exemplificar a incorporação acústica de conceitos musicais essenciais para a cultura e a música. (Ellingson, *op. cit.*, p. 141-2)<sup>104</sup>

Ellingson propõe um tipo de transcrição que não se limita a uma pura decodificação do que foi escutado em sinais gráficos, mas que vá além disso, transformando a transcrição em mais um aspecto da pesquisa entre tantos outros, sociais, políticos e econômicos. Além disso, ressalta a importância da ligação entre música e contexto, ou seja, da importância de não se dissecar a música isoladamente, para que seja entendida em toda sua riqueza e complexidade. Foi tentando aproximar-me da proposta de Ellingson que realizei alguns registros escritos dos pregões constantes nos CDs anexos, os quais passo a analisar.

### 3.2 - Notação dos pregões

Como tentei mostrar anteriormente, muitas pistas surgiram para a elaboração de uma notação apropriada, a partir do que Cardoso (baseado em Nettle) já anunciava em seu artigo. Era preciso entender o que seria essencial na pesquisa sobre pregões, o que seria essencial para seu entendimento, transformando essas características, que se revelaram no trabalho de campo e

---

<sup>104</sup> “(...) that seek to furnish a graphic-acoustic definition of the essential concepts and logical principles of a musical system(...) In a conceptual transcription, essential features are presumed to be already known through fieldwork, performance lessons, study of traditional written and aural notations and learning and leadership processes. The transcription then becomes a means (...) of defining and exemplifying the acoustical embodiment of musical concepts essential to the culture and music.”

nos estudos realizados, em símbolos que pudessem traduzir um pregão, representá-lo de forma a auxiliar o leitor e ouvinte na escuta dos registros sonoros realizados em campo.

Nesta análise, ressaltai a letra dos pregões, pois elas são a base da construção dessas músicas. Destaquei, ainda, a importância da intensidade e da duração dadas, especialmente, a algumas sílabas, bem como a entonação de alguns sons (entonações essas que revelam, muitas vezes, quase ínfimas “descidas” ou “subidas” dos sons). Finalmente, ensaiei, na medida do possível, descrever a mobilidade que os pregões sofriam, indo de figura a fundo em segundos, de acordo com as mudanças constantes da paisagem sonora, a qual, também, descrevi de alguma forma. Esses traços, evidenciados nas transcrições, já apareciam discretamente nos estudos realizados, na própria pesquisa de campo, tal como relatou Ellingson (*op. cit.*). Os trabalhos de meus alunos também apontaram caminhos, bem como as análises das canções transcritas por Tatit (*op. cit.*). Outras sugestões de Ellingson (*op. cit.*) também foram muito importantes, tais como a escuta repetida e exaustiva dos pregões, a atenção ao cansaço que pode provocar mudanças de percepção, bem como as exaustivas tentativas de transcrevê-los.

Todas as características que, ao meu ver, fiz constar nas transcrições, foram anunciadas nos trabalhos supracitados, bem como na pesquisa de campo. Bastava-me, então, ter olhos para enxergá-las, ou melhor, ouvidos para escutá-las.

A partir das características apontadas, foi possível criar um tipo de código para a transcrição dos pregões, jamais esquecendo-me de que o registro seria apenas um registro aproximado do que seria escutado. Os símbolos escolhidos para a bula foram criados de acordo com as necessidades que surgiram quando da feitura das transcrições.

Uma das dificuldades encontradas foi realizar a notação “exata” do que o vendedor apregoava, pois percebia que muitas vogais e muitos plurais eram sacrificados durante a performance do pregoeiro. Para tal transcrição, representei as palavras e fonemas subtendidos, mas não utilizados pelo vendedor, entre colchetes, como pode ser visto no exemplo abaixo:

Três — is — **que[i]r[os]** é um rea — al

Pode-se verificar que o vendedor pronuncia “três isquer é um real”, omitindo o plural, a vogal “i” do ditongo “ei” e o “o” da palavra isqueiro e, ainda, realizando uma contração entre as letras “r”, “é” e “u”, o que soa da seguinte forma: “trêsisqueréumreaal”. Assim, o pregão soa sem as devidas concordâncias: nem a de número (plural), nem a verbal (três “são” um real). No exemplo anteriormente mostrado, pode-se também constatar o uso de “negrito” e de alguns gráficos. O negrito foi utilizado para enfatizar as sílabas mais acentuadas do pregão, ou seja, aquelas em que o vendedor colocou maior intensidade. Os gráficos indicam os movimentos ascendentes ou descendentes das sílabas. O gráfico que começa em cima, à esquerda, e desce (utilizado, no exemplo, entre “três” e “is”, e depois utilizado entre o “a” prolongado da palavra “real”, indica um movimento descendente na entonação ou um intervalo musical descendente, bem como qualquer oscilação para o grave que o vendedor realize. O gráfico que começa embaixo, à esquerda, e sobe (utilizado entre “is” e “quei”) , indica um movimento ascendente na entonação ou um intervalo musical ascendente, bem como qualquer oscilação para o agudo que o vendedor demonstre com sua voz.

Outros símbolos, que não aparecem no exemplo supracitado, foram também utilizados em outras transcrições: o símbolo “#” foi utilizado para indicar pausas entre frases ou palavras; o sublinhado pontilhado foi utilizado para indicar a duração prolongada de algumas sílabas, embora, muitas vezes, as vogais prolongadas tenham sido também repetidas, como mostra o exemplo; o símbolo “(..)” foi utilizado para representar as parcelas dos pregões cuja transcrição não pude realizar por total incompreensão do que era pronunciado.

Apropriando-me da notação convencional, utilizei os sinais de dinâmica de crescendo e decrescendo para mostrar que o pregão que era fundo, em determinado momento, passou a ser

figura ou vice-versa, no caso do sinal de decrescendo. Esta foi a forma pela qual consegui mostrar, muitas vezes, que os pregões, nem sempre transcritos pela total profusão de sinais sonoros concomitantes e intensos, já se estabeleciam na gravação como fundo sonoro da cidade, mesmo antes de aparecerem nas transcrições. Mais uma vez, é preciso afirmar a limitação imposta por uma transcrição, em que, muitas vezes, os traços espessos de Monique e os azuis de Priscila poderiam traduzir melhor a transversalidade dos pregões nas camadas de “fundo” dos cenários citadinos. Se muitas vezes o pregão era fundo, outras tantas ele se tornava mais intenso, não pelo aumento da intensidade na voz do vendedor, mas, simplesmente, pela aproximação do vendedor ao gravador, durante minha passagem nos trajetos já descritos no Capítulo 2. Também, muitas vezes, o vendedor resolvia apregoar mais vezes ou silenciar por muito tempo seu pregão. Nestes casos, mantive os períodos de “silêncio” ou repetição no arquivo sonoro, para que fosse mantida a “cópia” daquela paisagem sonora, mas, para facilitar o acompanhamento das gravações, indiquei a posição temporal em que o pregão foi lançado. Em suma, trata-se de uma coleta onde o imprevisível é um fator preponderante.

É importante também frisar que as palavras “aê” (corruptela de aí) e “ó” (corruptela de olha) aparecem sem correções nas transcrições, na tentativa de me aproximar um pouco do trabalho de Luiz Edmundo (*op. cit.*), que manteve o sotaque e o modo de falar dos ambulantes do início do século no Rio de Janeiro.

Algo também sempre presente nos pregões são as ligações entre vogais - elisões ocorridas entre a vogal final da palavra anterior com a primeira vogal da seguinte, como, por exemplo, no caso de “isqueiro é”, que certamente soará “isquer é”. Essas situações são recorrentes nos pregões.

Outra situação freqüente, que também foi percebida por Queiroz (*op. cit.*) em sua pesquisa, foi a “monotongação”, ou seja, a redução de um ditongo a somente um som vocálico.

Assim, “isqueiro” transformou-se em “isquero”; “chaveiro” em “chavero”; “tesoura” em “tesora”; “manteiga” em “mantega”; “pulseira” em “pulsera”; e “couve” em “cove”. Essas palavras foram representadas com o colchete ao redor da vogal omitida.

Explicado o código de sinais, recorro aos próprios pregões para tentar, dentro da riqueza de informações neles contidas, revelar um pouco de suas similaridades.

### **3.3 - Recursos utilizados nos pregões**

Perceber o que é diferente nas paisagens sonoras, a riqueza de cada pregão, a situação diferenciada de cada gravação realizada na pesquisa de campo e tentar descrever alguns cenários visitados - e escutados: esses foram alguns objetivos que persegui durante a realização da pesquisa. Contudo, era preciso, também, escutar os pregões de forma diferenciada, perguntando-me se havia algo que os aproximava em termos de construção, como eram compostos, suas “fórmulas” ou “ingredientes” secretos - perguntas que surgiram durante as transcrições, que revelavam não somente formas particulares de apregoar de alguns vendedores, mas, também, formas que se repetiam nos diferentes pregões.

Uma dessas recorrências é o casamento perfeito entre os acentos naturais das palavras e os acentos de intensidade utilizados pelos vendedores. Nos pregões, a música nasce das palavras e das formas de entoá-las. Assim, os pregões parecem utilizar sempre o recurso da musicalidade natural das palavras para construir sua própria musicalidade, ou seja, tudo contribui para o “sucesso” de um pregão. Como afirma Luiz Tatit (2004),

o que assegura a adequação entre melodias e letras e a eficácia de suas inflexões é a base entoativa. De maneira geral, as melodias de canção mimetizam as entoações da fala justamente para manter o efeito de que cantar é também dizer algo, só que de um modo especial (Tatit, *op. cit.*, p. 73)

E falar de “modo especial” parece ser algo que os vendedores realizam com maestria ao utilizarem “as inflexões entoativas da fala cotidiana” (Tatit, *op. cit.*, p. 74).

Outra recorrência observada tem relação com a expressão “um real”, sempre audível, quaisquer que sejam os pregões - contanto que os produtos apregoados custem esse valor, obviamente. Embora essa característica já tenha sido relatada no capítulo anterior, é preciso retomá-la para análise, tendo em vista que, durante as transcrições, foi possível perceber que não somente essa expressão é a mais utilizada nos pregões, como também ela aparece de forma especial: como “tonema ascendente”, para utilizar a nomenclatura de Tatit (*op. cit.*).

Os tonemas são inflexões que finalizam as frases entoativas, definindo o ponto nevrálgico de sua significação. Com apenas três possibilidades físicas de realização (descendência, ascendência ou suspensão), os tonemas oferecem um modelo geral e econômico para a análise figurativa da melodia, a partir das oscilações tensivas da voz. Assim, uma voz que inflete para o grave, distende o esforço da emissão e procura o repouso fisiológico, diretamente associado à terminação asseverativa do conteúdo relatado. **Uma voz que busca a frequência aguda ou sustenta sua altura, mantendo a tensão do esforço fisiológico, sugere sempre continuidade (no sentido da prossecução), ou seja, outras frases devem vir em seguida a título de complementação, resposta, ou mesmo como prorrogação das incertezas ou das tensões emotivas de toda sorte.** (Tatit *apud* Dietrich, 2004, grifo nosso, p. 5)

Assim, parece haver algum tipo de explicação para a terminação desses pregões em “tonemas ascendentes”.<sup>105</sup> Se o pregão sugere continuidade, ou seja, a existência de “outras frases” que virão após o famoso “um real”; se o pregão parece anunciar possibilidades infinitas de repetições, pois seu término não é previsto; se o pregão pode ser suspenso, quando a voz “sustenta sua altura”, é possível justificar as realizações ascendentes ou a suspensão dos “tonemas”.

Nas transcrições realizadas, deparei-me com os dois casos (ascendência e manutenção da altura nas terminações dos pregões) quando da utilização da expressão “um real”.

#### Exemplos de suspensão:

---

<sup>105</sup> O conceito de “tonema” (ascendente, descendente ou suspensivo) será utilizado no trabalho de acordo com as definições de Tatit.

**Três confet[i]** é um **real** (faixa 8 do CD A anexo)

**Três (...)** é um **real** (faixa 12 do CD A anexo)

Cinco **jujuba** é um **real** (faixa 14 do CD A anexo)

**Três confeti** é um **real**

**Três** é um **real**

**Três** é um **real** (faixa 20 do CD A anexo)

(...) pulse[i]ra da **Sandy** é **um real** pulse[i]ra da **Sandy** é **um real** ó (faixa 30 – CD A)

Exemplos de “tonemas ascendentes”:

➤ Faixa 3 - CD A:

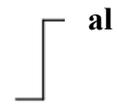
Cha **ve[i]r[o]** é um **re** **al**

**três(...)** **trêêêês** é um **re** **al**

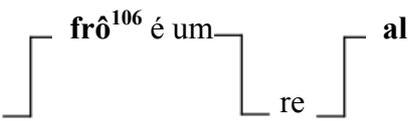
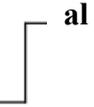
**Três (...)** é um **re** **al**

➤ Faixa 4 - CD A:

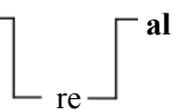
**Qua** **tro** **folh[as]** é um **re** **al**

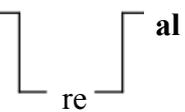
Quatro é um re  **al**

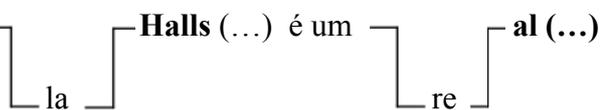
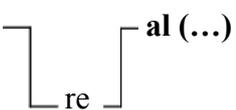
➤ Faixa 9 - CD A:

Co[u]ve  **frô**<sup>106</sup> é um  **al**

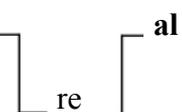
➤ Faixa 10 - CD A:

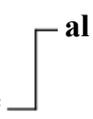
Bala de **côco** pacote é um  **al**

Pacote é um  **al**

Ba  **Halls (...)** é um  **al (...)**

➤ Faixa 11 – CD A:

Leva **quatro pilh[as] aqui** é um  **al**

Vai vai esponja **aqui** é um re  **al**

---

<sup>106</sup> Couve-flor

Canet[a] é um  $\left[ \begin{array}{l} \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$

Cen  $\left[ \begin{array}{l} \text{to e} \\ \text{re} \end{array} \right]$  vinte cotonete[s] é um  $\left[ \begin{array}{l} \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$

➤ Faixa 12 - CD A :

Quatro pilha[s] é um re  $\left[ \begin{array}{l} \text{al} \end{array} \right]$

Cotonete é um re  $\left[ \begin{array}{l} \text{al} \end{array} \right]$

Super bonder é um re  $\left[ \begin{array}{l} \text{al} \end{array} \right]$

➤ Faixa 26 - CD A :

Qua  $\left[ \begin{array}{l} \text{tro} \\ \text{re} \end{array} \right]$  pilh[a] é um  $\left[ \begin{array}{l} \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$  #

(...)um re  $\left[ \begin{array}{l} \text{al} \end{array} \right]$

➤ Faixa 30 - CD A:

Alç[a] é um re  $\left[ \begin{array}{l} \text{al} \end{array} \right]$

Ca — **neta cele** — **bri** — **dade é um** — **re** — **al**

**três** — **con** — **feti [é] um** — **re** — **al**

**jujuba** — **cinco é um** — **re** — **al cinco é um** — **re** — **al**

➤ Faixa 6 - CD B:

**Quatro folha[s] só paga um re** — **al**

Embora muitos exemplos comprovem a possibilidade de continuidade ou suspensão do pregão, foram encontrados exemplos de pregões de “um real” que terminavam em “tonemas descendentes”. Esse é o caso de pregões transcritos nas faixas 3, 11 e 12 do CD A.

➤ Faixa 3

**Vai** — **do[is]** — **is** — **que[i]r[os] é um** — **re** — **al** — **aê**

➤ Faixa 11

**Super bonder aqui é um re** — **al** — **ó**

**Leva quatro pilh[as] aqui é um** — **re** — **al<sup>107</sup>**

<sup>107</sup> Nota-se que, ao não finalizar o pregão com o “ó”, o vendedor volta a utilizar o “tonema ascendente”.

Leva quatro pilha[s] aqui é um re 

Super bonder aqui é um re 

Leva quatro pilha[s] aqui é um re 

➤ Faixa 12

Leva cinco # e só paga um re 

O que é possível afirmar a partir dos exemplos acima?

Em primeiro lugar, é possível notar que, com exceção da faixa 12, os outros pregões contêm uma sílaba final, diferente da sílaba tônica da palavra “real”. Embora a palavra “real” não se apresente como nos exemplos anteriores (com “tonemas ascendentes” ou com finalizações suspensivas), há algo mais que finaliza o pregão de forma ascendente: o “aê” (corruptela de “aí”) e o “ó” (corruptela de olha), corroborando os argumentos utilizados para a explicação dada anteriormente sobre a continuidade dos pregões e sua finalização em “tonema ascendente” quando da utilização da expressão “um real”. Além disso, a utilização dessas finalizações (“aê”, “ó”) parecem “chamar” o passante, convocando-o a “olhar aí”.

Já no caso do vendedor de isqueiros e cotonetes, nota-se que o vendedor prolonga a duração da vogal “a”, finalizando seu pregão com um “tonema descendente”.<sup>108</sup> O primeiro caso aparece na faixa 3 do CD A.

<sup>108</sup> Inicialmente, transcrevi o mesmo pregão utilizando o termo “hein” para a finalização do pregão, até que, após muito ouvi-lo, percebi que o vendedor de isqueiros realmente prolongava a vogal “a”.

Três que[i]r[os] é um rea  
is al

Co nete é um rea  
to al

Em outras gravações, o mesmo vendedor apregoa da mesma forma, como nas faixas 11, 13 e 26 do CD A. Contudo, nas faixas 13 e 26, ele realiza uma pequena variação, terminando seu pregão de forma diferente.

➤ Faixa 13

Três isque[i]r[os] é um rea  
al

Cotonete é um rea  
al

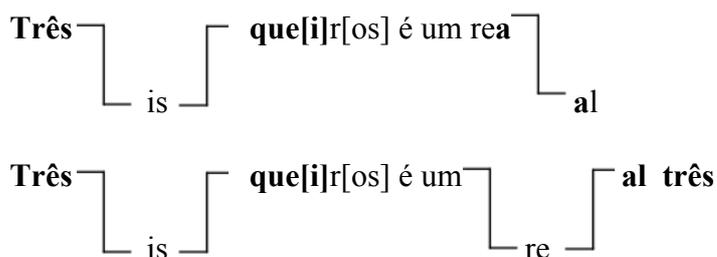
Três isque[i]r[os] é um rea  
al

Três que[i]r[os] é um re al três  
is re

➤ Faixa 26

Três que[i]r[os] é um re al três  
is re

Três que[i]r[os] é um rea  
is al



Nos casos apresentados, o vendedor realiza uma pequena variação na última parte do pregão, colocando a palavra “real” como “tonema ascendente” e sustentando a mesma altura na palavra “três”, voltando, por este motivo, ao caso relatado anteriormente, no qual está a maioria dos pregões que utilizam o termo “um real” ao final como tonema ascendente.

Além da hegemonia dos tonemas ascendentes nos pregões de “um real” e da utilização dos acentos naturais das palavras como recurso que aproxima canto e fala, há outras características recorrentes nos pregões transcritos que gostaria de destacar: a utilização de vocalizações especiais, geralmente, no começo ou no final dos pregões. Essas vocalizações muitas vezes “abrem a performance” (Bauman, *op. cit.*), como vimos no Capítulo 2; ou contribuem, ainda mais, para a eficácia do pregão, funcionando como “palavras de encorajamento” ou “aproximação” (Zumthor, 1997, p. 244), atraindo o passante ou provável consumidor.<sup>109</sup>

A utilização de interjeições como “fórmulas especiais” (Bauman, *op. cit.*) foi revelada em muitas gravações. Embora as interjeições “ó” e “aí” ( esta última utilizada, na maioria das vezes, com o sotaque que a modifica para “aê”) já tenham sido mencionadas, outras expressões e termos também foram utilizados, tais como “oi”, “aqui”, “aqui ó”, entre outras. Eis alguns exemplos das características comentadas acima:

<sup>109</sup> Algumas “fórmulas especiais” foram citadas no capítulo 2, tais como “atenção dona de casa!”, “alô, meu freguês! alô, minha freguesa!” – fórmulas endereçadas ao comprador potencial ; “ vem já pra cá”; e “é só escolher” – fórmulas que aproximam o comprador.

➤ Faixa 3 – CD A

Vai **do[is]** is **que[i]r[os]** é um re **al** aê

➤ Faixa 4 – CD A

A **lô**

C **De** DV **D**

Ó

C **De** DV **D**

**Aqui ó!**

Ra **dinho da Hello Kitty é dez**

➤ Faixa 11 – CD A

Leva **quatro pilh[as]** aqui é um re **al**

➤ Faixa 12 – CD A

**Oi, oi, oi, oi, oi, oi oi, # oi, oi, oi**<sup>110</sup>

Ba **tom** Ga **ro** to a **í** ó

➤ Faixa 13 – CD A

**Aqui é promoção de quatro (...)**

Is **queir[o] é dois aqui ó**

➤ Faixa 22 – CD A

Ô **la** **qui é** **qüent[a] é** **qüenta**<sup>111</sup>  
ge d[o] a cin cin

➤ Faixa 25 – CD A

Ó o ge **la** do

Re **ló** **pro** **d'á** **dez** **ais**  
gio à va gua re

a **ê** ó

<sup>110</sup> Note-se que, após a pausa, há a reiteração de um pequeno segmento do pregão.

<sup>111</sup> Como o exemplo descrito na nota de rodapé anterior, há um pequeno segmento que se repete (“é cinquenta”).

A **qui** é mais bara to

➤ Faixa 26 – CD A

(...) é **cin** co e só **paga um real aí** ó

**Oi** ai **pim** man **te[i]ga** a ê

➤ Faixa 30 – CD A

Pulse[i]ra da **Sandy** é um re **al a** ê

➤ Faixa 44 – CD A

É [a]**qui** ó

➤ Faixa 46 – CD A

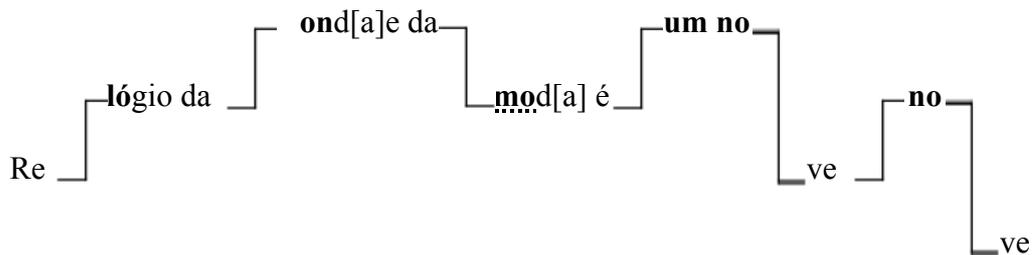
Car **tão Telemar** **hein**

➤ Faixa 50 – CD A

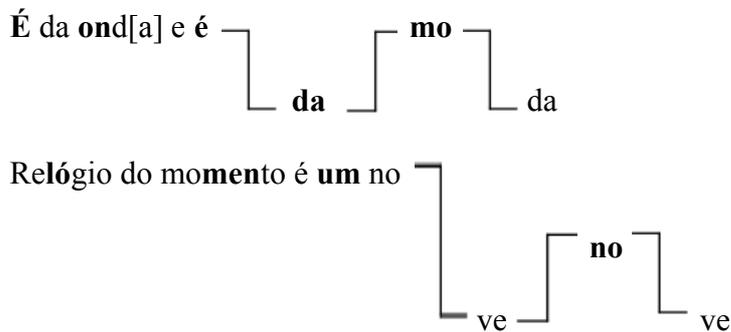
**O** lh[a] o **gás**

Além das expressões citadas anteriormente, outras ofereciam “vantagens” ao consumidor, sobretudo nos pregões de produtos que custavam mais de um real. Essas “vantagens” parecem levar o consumidor a pensar que realmente “vale a pena” comprar produtos de quinze, dez e R\$ 1,99, pois pode ser um produto “da onda e da moda”, um produto “bacana” que se pode comprar “a preço de banana”...

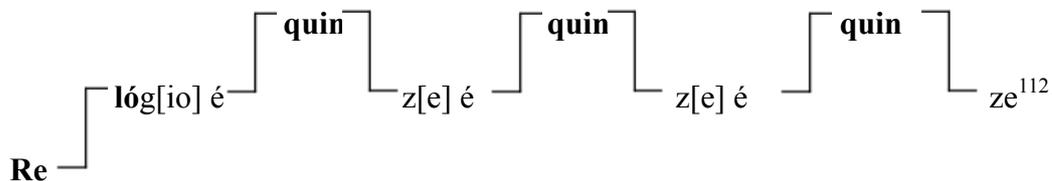
➤ Faixa 15 – CD A



➤ Faixa 16 – CD A



➤ Faixa 21 – CD A



É um lindo presente!

<sup>112</sup> Como nos exemplos descritos anteriormente, a repetição de um pequeno segmento é utilizada para “finalizar” o pregão (“é quinze”).

É **quin** **quin** z[e] é ze

Relógio de **bacana** a preço de **banana**!

Relógio da **onda** e da **moda**!

➤ Faixa 22 – CD A

É **só lança** **men** to

Expressões de “vantagem” na venda do produto também vinham acompanhadas de alusões à época vivida ou à especialidade do produto, como afirmamos no Capítulo 2. Não é qualquer compra, é uma compra para “comemorar o Natal e o Ano Novo” (faixa 4 – CD A); não é qualquer bermudão, “é o bermudão do verão” (faixa 28 – CD A); não é qualquer caneta, é a caneta da novela “Celebridade” (faixa 33 – CD A); não é qualquer doce, é um “...gostoso passatempo da viagem, alegria das crianças...” (faixa 31- CD A); não é qualquer boneco, é o “Papai Noel” que, além de ser um brinquedo para a criança, é um “enfeite para sua varanda” (faixa 34 – CD A); não é qualquer pulseira, é a “pulseira da Sandy” (faixa 30 – CD A); não é uma bebida qualquer, é “o gelado” (faixa 22 – CD A), não é qualquer pamonha, ela “tá fumaçando” ( faixa 7 - CD B).

Essas “fórmulas” parecem pertencer a camadas mais profundas que a simples invenção musical feita “na hora” pelo vendedor. Não por acaso, algumas características aparecem em um pregão lançado no Centro, como em outro, lançado no Campo de São Bento. Não por acaso pregões de DVD de Brasília vão ter formatos parecidos com pregões de DVD em Niterói. É disso que tratarei a seguir.

### 3.4 - Variações - “Se acho enjoado, invento coisa nova”

No programa de televisão “Fantástico”, exibido na TV Globo em 24 de dezembro de 2006, a atriz Regina Casé entrevistava Robertinho Baleiro - um vendedor que apregoava em frente a um ponto de ônibus, na Bahia. Em determinado momento da entrevista, referindo-se ao pregão, o entrevistado relatou à atriz : “se acho enjoado, invento coisa nova”.

Inventar “coisas novas” parece ser uma constante quando se trata de pregões. Muitos pregões são constantemente modificados. Outros, nem tanto.<sup>113</sup>

No caso do vendedor de tesouras, as sílabas tônicas são sempre as mais acentuadas, e o preço e o produto são sempre citados:

➤ Faixa 10 – CD A

Te — **so[u]ra é** — três

Te — **so[u]ra é** — três

Te — **so[u]ra é** — três #

Te — **so[u]ra é** — três

Te — **so[u]ra é** — três

Te — **so[u]ra é** — três

<sup>113</sup> Em sua pesquisa, Queiroz (*op. cit.*) constatou que havia pregões com “formas abertas”, que apresentavam constantes mudanças, mas também pregões que se mantinham com maior estabilidade. Essas variações também foram percebidas nos pregões coletados.

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└──────────┘ trễs

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└──────────┘ trễs

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└──────────┘ trễs

➤ Faixa 20 – CD A

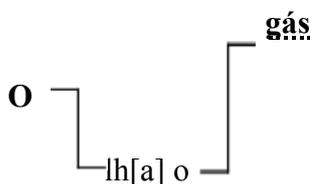
Te ┌ so[u]ra é ┐  
└──────────┘ trễs

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└──────────┘ trễs

À primeira vista, poderíamos dizer que o pregão não varia, repetindo-se da mesma forma e o mesmo número de vezes, com exceção da faixa 20 do CD A, em que ele é repetido apenas duas vezes. Contudo, essas duas vezes podem ser explicadas por motivos anteriormente expostos. O vendedor pode ter apregoado três vezes e, numa delas, a paisagem sonora mais ruidosa pode ter comprometido sua escuta. Também, o vendedor pode ter sido interrompido por um possível comprador.

Seria o pregão considerado imutável sob essas condições? O que poderia ser considerado como “variante” num pregão? Quando o vendedor “inventa coisa nova”, ele improvisa? Em que momentos o pregão se modifica? Que variantes o vendedor usa para “inovar” no seu pregão?

Zumthor (1997) responde à questão da seguinte forma: “sob o termo *variantes*, eu agrupo as diferenças de toda espécie e de toda amplitude por onde se manifesta, na ação performática, a movência da obra” (p. 268, grifo do autor). E se o pregão é “movente” por sua própria natureza, talvez seja possível afirmar que uma repetição completa seja impossível. Poder-se-ia, então, questionar se o pregão do gás seria considerado como variável, tendo em vista que, entre as faixas 49 e 50 do CD A e 1 e 4 do CD B, ele foi transcrito da mesma forma:



Embora sejam pregões com formas muito parecidas, há sempre pequenas variações possíveis, a começar pelas próprias vozes dos vendedores.

Zumthor (*op. cit.*) cita dois tipos de variantes que explicariam essa impossibilidade de repetição exata. O primeiro tipo diz respeito à “intervenção de diferenças pessoais, formação, idade, mas às vezes também convenções sociais, impondo a tal classe de indivíduos um certo estilo ou um tom particular (...)” (p. 268). No caso dos pregões, também poderíamos acrescentar, entre outros fatores, o cansaço vocal do vendedor, que pode alterar o pregão, principalmente no que se refere à altura e à intensidade, bem como à presença da fiscalização, que pode “silenciar” o vendedor que segundos atrás lançava seu pregão. Também a interrupção de um passante e/ou de um comprador que pode se interessar por algum produto pode influenciar na performance do vendedor.

O segundo tipo de variante se entrelaça com o primeiro tipo e se refere a “modificações qualitativas devidas às circunstâncias (...) [bem como a] uma vontade expressa de não se

repetir (...)”(p. 268). Zumthor ainda acrescenta que o “auditório” também pode se encaixar neste segundo tipo de variante. No caso dos pregões, é possível inferir que a mudança de público pode ser responsável também pelas palavras de “encorajamento”, as quais citamos anteriormente, bem como pelo anúncio do produto mais barato, ou pelo produto “da moda”, palavras com as quais o consumidor se identifica.

Considerando-se essas variantes, bem como todas as circunstâncias que envolvem um pregão como, por exemplo, a paisagem sonora, já seria possível falar da impossibilidade de repetição. Mas essa condição se confirma quando nos lembramos que, na oralidade, a “movência” é um fator essencial. Por esta razão, o pregão pode estar presente em várias performances. Como afirmaria Zumthor (*op. cit.*), “uma *reprise* é sempre possível; de fato, é excepcional que uma obra não seja objeto de várias performances: ela não é, forçosamente, nunca a mesma”(p. 257).

Além disso, há que se explicar as camadas sobre as quais um pregão se constrói. No caso dos amoladores, por exemplo, notamos que uma certa forma de apregoar é aprendida e transmitida de uma geração à outra, tendo em vista que, mesmo que a aprendizagem não tenha sido realizada de uma forma consciente, ela se dá durante a escuta do pregão. Todos os amoladores utilizam uma gaita (o que na pesquisa de Queiroz também ocorreu); quase todos utilizam a expressão “olha aê”; todos anunciam o produto a ser amolado sem referência a preços. Porém, cada amolador dá um “toque” singular ao pregão. Talvez se pudesse entender essas singularidades a partir das palavras de Zumthor (*op. cit.*) sobre a importância da memória e sua importância na performance. Segundo o autor, há três características que se entrelaçam em seu funcionamento: a “seletividade”, “as tensões que ela gera” e a “globalidade” (p. 237).

A seletividade explicaria porque cada amolador, por exemplo, dá seu próprio “toque” ao pregão. O repertório de cada um é próprio, mesmo que tenham compartilhado o acesso a pregões a partir do contato com o pai. Assim,

a ação memorial comporta incessantes tensões, corrente energética entre o pólo individual e o pólo coletivo do desejo de poesia: o apetite de um prazer pessoal, o gosto de uma beleza interfere nas motivações da performance por meio da convenção social, do rito, da moda, do contrato, da demanda do outro (Zumthor, *op. cit.*, p. 237).

São essas tensões que contribuirão também para a seletividade do que foi aprendido, do que será adicionado de novo ao pregão; do que o pai utilizava e do que não será utilizado pelos filhos; do que será copiado do pregão aprendido e do que dele será retirado; do que será modificado de acordo com o auditório e do que será mantido por causa dele.

A globalidade explicaria também essas camadas sobre as quais um pregão se constrói: ela diz respeito ao “funcionamento memorial”. Segundo Zumthor (*op. cit.*): “Aquilo que transmite a voz, à medida que se encadeiam as palavras, existe na memória do executante como um todo”(p. 238). E é a partir desse todo que se elabora a performance, donde o vendedor vai selecionar, reunir “lembranças de outras performances” (Zumthor, *op. cit.*, p. 239), “inventar coisas novas” como o baleiro baiano, repetir padrões.

Essas maneiras de dizer, em que o próprio é fazer predominar no intérprete a memorização e, sobre a memorização, o que eu chamaria a *relembração*: em oposição ao apelo puro e simples do já sabido, a re-criação de um saber, a todo instante questionado em seu detalhe, e onde cada performance instaura uma nova integridade. (Zumthor, *op. cit.*, p. 238)

Onde cada performance mistura o velho e o novo, o aprendido e a inovação, o inusitado e o já esperado. Afinal, como aprendi com Manoel de Barros, “a palavra oral não dá rascunho” (Ventura, 2006, p. 1).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Minha rua está cheia de pregões  
 Parece que estou vendo com os ouvidos:  
 “Couves! Abacaxis! Caquis! Melões!”  
 Eu vou sair pro Carnaval de ruídos,  
 (...)  
 Entremos no bulício cotidiano...  
 O ritmo da rua nos convida  
 (Mário Quintana)

Em 1940, Quintana era convidado ao ritmo das ruas. Seria impossível não sê-lo. A rua nos força certamente a “ver com os ouvidos”.

Contudo, como já anunciava Schafer (2001), os registros sonoros do que um dia aconteceu nas ruas do passado parecem não ter sido considerados tão importantes como foram os registros do crescimento das cidades, de suas construções e demolições. Pouco sabemos sobre nossas histórias sonoras, mas, de alguma forma, as imagens deixadas por Bosse, Luiz Edmundo e outros artistas e cronistas nos ajudaram a criar algum tipo de idéia sobre as ruas e seus sons.

Havia o vendedor de *eau-de-vie* (cachaça), que montava sua mesa “decorada” na esquina de uma rua e, ali mesmo, jogava baralho com outros (Fournel, *op. cit.*, p. 9-10). Havia o amolador, o *gagne-petit*, que, como pudemos notar durante a leitura do trabalho, ainda continua a “afiar” os pregões mais incríveis. Havia também o vendedor de veneno de ratos, que hoje reaparece vendendo chumbinho em meio ao Centro de Niterói. Havia, ainda, o “arrancador de dentes” nas ruas européias e o barbeiro que, no Brasil do século XIX, era profissão de negros e, além de aparar barba e cabelos, também arrancava dentes e aplicava “bichas”, segundo informa Tinhorão (1975, p. 96).<sup>114</sup>

---

<sup>114</sup> Embora nesta pesquisa tenhamos arriscado algumas pinceladas, um levantamento histórico mais detalhado sobre os “gritos de rua” certamente seria trabalho para enorme e interessante pesquisa.

Mercados, praças públicas, ruas movimentadas – esses eram os lugares prediletos de onde se lançavam pregões e se fisgavam possíveis compradores. Esses ainda são os lugares preferidos por homens e mulheres comuns, que mudam a cena sonora das grandes cidades. Esses são lugares onde ainda se “abre a roda”, tal como artistas de rua faziam à época de Rabelais. São também lugares especiais, onde se “engole fogo”, se “introduz pregos no nariz”, assim como faz o artista Alexandre Bahia, que realiza performances no Largo da Carioca, no Rio de Janeiro, conforme relata Gonçalves (1999). “Abrir e segurar a roda”; demonstrar “competência comunicativa” (Bauman, *op. cit.*); “saber com quem se fala (...) para saber o quê, como e quando se deve falar”(Gonçalves, *op. cit.*, p. 221); e utilizar “fórmulas especiais” (Bauman, *op. cit.*), palavras irônicas, brincadeiras de todo tipo com os passantes que consegue paralisar por meio de seu espetáculo são elementos de performance que se revelaram nas feiras francesas, nas ruas londrinas e que, em contexto completamente diferente, ainda se revelam nas ruas de hoje.

As ruas ainda são o lugar de interessantes performances, muitas vezes invisíveis ao habitante da cidade grande que, no seu passo apressado, não consegue enxergar o outro devido ao “embotamento” do seu poder de ver e ouvir a cidade e as pessoas que nela circulam, tal como aprendi com Simmel (*op. cit.*).

Mas o “bulício cotidiano nos convida”, avisa Quintana. E, ao aceitar este convite, aprendi mais sobre a importância dos pregões em nossa formação como ouvintes; aprendi sobre quão arraigada esta prática se encontra em nossas memórias. Não por acaso, ao trabalhar com o Coral do Curso de Musicalização Infantil na Escola de Música de Brasília e ao propor aos alunos a pesquisa dos sons das ruas, uma grande peça musical, com colagens do material coletado, se construiu. E não faltaram as expressões “atenção dona de casa, está passando em sua porta”, “olha o gás”, entre outras.

Sim, os pregões passam em nossas portas – nas portas de casa e nas portas de nossos ouvidos. É bem verdade que nem sempre entram mas, havendo uma pequena fresta, eles se escondem, para um dia, talvez, serem reavivados pela lembrança, tal como demonstrou a pesquisa de Bosi (*op. cit.*).

Porém, embora há muito marcando presença nas ruas, muitos cidadãos levantaram-se de seus aposentos, acordados bruscamente pelo homem das pamonhas, tal como relatou a leitora do jornal O Globo (a quem fiz referência anteriormente); muitos realizaram abaixo-assinados para tirá-los da rua, tal como mostrou Schafer ao revelar o movimento no Parlamento Inglês; muitos contaram o número de interrupções que as sonoridades das ruas provocaram, atrapalhando o andamento de seus trabalhos, tal como o fez o inventor da calculadora. Ainda, muitos continuam a protestar, escrevendo nas colunas de jornais destinadas ao leitor, como o leitor Zuilmar Moratto, de Brasília, que vê os vendedores de gás como pessoas “que ficam gritando embaixo das nossas janelas sem consideração nenhuma”<sup>115</sup>, ou a leitora Maria Lúcia Cabral, que acha os vendedores de sorvete de um real “insuportáveis”, pois “incomodam” e “irritam”, tão insuportáveis como o “famigerado” vendedor de CDs que se estabelece ao lado de seu trabalho, no Grajaú, e que coloca, como fundo musical, a “terrível Banda Calipso”.<sup>116</sup>

De forma inversa, houve gente que, sem os pregões, não achava inspiração, como o escultor Nollekens e vários escritores.

O fato é que esses anúncios sonoros, que já existiam antes da era dos *jingles*, adentram nossos ouvidos mesmo que tentemos evitar. O fato é que eles fazem parte de nossa formação como ouvintes do mundo da música mas, sobretudo, como ouvintes das músicas do mundo, intermitentes e inesperadas.

---

115 Para informações detalhadas, ver a Coluna Grita Geral do Jornal Correio Braziliense de 17 de março de 2006. p. 31.

116 Para informações detalhadas, ver a Coluna do Leitor do Jornal O Globo de 19 de janeiro de 2006. p. 6.

Esses homens e mulheres que vendem seus produtos em meio ao burburinho da cidade conhecem, como ninguém, o consumidor. Pelo menos, ao relatar os detalhes de uma cena da rua, Benjamin (1995) assim nos demonstrou:

Um sujeito se acha numa caleça desatrelada em certa esquina. Pessoas se apinham ao redor. A boléia está aberta, e o vendedor dela retira alguma coisa que não pára de apregoar. Antes que possa ser vista, desaparece num papelote colorido de rosa ou de verde. Assim, ele a ergue, e num instante é vendida por poucos *soldi*. Com os mesmos gestos misteriosos vai vendendo uma peça após a outra. Haverá bilhetes de loteria nesse papel? Bolos com uma moeda em cada dez? O leilão é inestimável para esse tipo de conduta comercial. Quando, cedo, às oito da manhã, o vendedor ambulante, já ao desempacotar, começou a exhibir em separado cada peça: guarda-chuvas, pano de camisa, xales, a seu público deconfiado, como se devesse ele mesmo experimentar as mercadorias antes de todos; quando então se exalta e pede preços fabulosos e vai serenamente dobrando de novo o grande corte de fazenda de quinhentas liras, que estendera, e a cada dobra oferece um preço melhor e, por fim, quando a peça jaz diminuta em seus braços, a deixa por cinquenta— então terá permanecido fiel às mais antigas práticas da feira (...) (Benjamin, *op. cit.*, p. 151-2).

Há vários aspectos no registro de Benjamin: a arte de apregoar a mercadoria com a voz, tornando-a, cada vez mais, sedutora ao possível comprador; a atração que alguns vendedores conseguem exercer, com uma mistura de gestos e música; a “performance completa”, trazida na teoria de Zumthor, em que *performer*, público, contexto e lugar se reúnem para um “banquete”, no qual o consumidor é o “prato principal”.

Benjamin também relata a delicadeza de se dobrar o tecido, como se a mercadoria dali fosse desaparecer, até torná-lo miúdo e, de forma inteligente, diminuir seu preço. Ao oferecer alguma “vantagem” ao consumidor, o vendedor utiliza sua “competência comunicativa” (Bauman, *op. cit.*), exaltando as qualidades do que vende.

Os vendedores também revelam um conhecimento sobre o outro de que nem mesmo parecem ter consciência: eles lêem corpos, conseguem enxergar um pequeno desejo no brilho do olhar do passante. Benjamin, quando se refere a pedintes e mascates, nos traduz essa sabedoria: “não há sombra de hesitação, um levíssimo querer ou ponderar, que eles não farejassem em nossas caras. A telepatia do cocheiro, (...) a do mascate que ergue de seus

trastes a única corrente ou camafeu que poderia nos atrair, são da mesma têmpera”(Benjamin, *op. cit.*, p. 68)

É “farejando” esses desejos que o vendedor vai modificando seu pregão, moldando-o de forma a atingir seu público, realizando as variantes, fazendo uso de vestimentas, gestos, entonações, “tonemas” e apoiando-se nos acentos naturais das palavras para construir seus pregões. Realizando, também, “colagens” de pregões aprendidos e ouvidos e pinçando, em suas memórias, pedaços e expressões às quais teve acesso um dia. É “farejando” nossos desejos que recria seus saberes. Fazendo música.

Diferente do *flâneur* de 1840, descrito por Benjamin (1994, *cit.*, p.50-1), que levava uma tartaruga para induzir o ritmo na caminhada, pois era de “bom-tom” fazê-lo, o passante de hoje anda rapidamente e o pregoeiro tem de ser ligeiro para modificar seu pregão: precisa lembrar o consumidor sobre o Natal, atirá-lo com o despertador que toca seu pregão, chamar a atenção jogando seus estalinhos no chão, vestir a fantasia mais colorida do super-herói para ganhar a guerra contra o desemprego.

Essas são apenas algumas características de quem, por depender da habilidade de apregoar para ganhar “algum”, inventa e reinventa formas de atrair o consumidor que, como passante na cidade moderna, em meio à multidão que se esbarra, tem como “único acordo [que] cada um conserve o seu lado da calçada à sua direita” (Benjamin, *op. cit.*, p.115), muitas vezes, numa “indiferença brutal” (Simmel, *op. cit.*). Muitas vezes, sob um sol escaldante, nas praias cariocas, onde se pode encontrar “até o que Deus duvida”: a “passadinha” de protetor solar da Barraca da Dilma, que pode custar entre R\$0,50 e R\$ 2,00, dependendo da área a ser protegida; o sanduíche natural do “Zigú Light”, que constrói carrinhos que parecem mais com “tanques de guerra” devido ao rolamento inventado pelo vendedor para facilitar o movimento do carrinho na areia (Lessa, 2006); o “sucolé” do Claudinho, que usa a fruta e

passa longe das polpas, mas que já foi até “pirateado”, como relatou Ancelmo Gois (2006) em sua coluna no Jornal O Globo.

Sob o sol escaldante, também se estabelecem os vendedores nas ruas do Centro de Niterói, em meio a uma paisagem sonora descrita por Schafer (2001) como *lo-fi*, onde apregoar com muita intensidade é a única forma de ser escutado. Mas uma paisagem que também se transmuda a cada instante, podendo se entrelaçar tanto aos cantos de pássaros quanto ao microfone da loja de calcinhas. Uma paisagem que pode ser vista, escutada e sentida de ângulos diversos.

Gomes (2002) também nos mostra paisagens urbanas vistas de alguns desses ângulos, baseando sua análise nos contos de Poe (“O homem da multidão”) e Hoffman (“A janela de esquina do primo”) – de onde privilegia o olhar lançado da rua e da janela.

No conto de Poe, o narrador, após observar a rua de um café, decide decifrar o cenário, concentrando-se na perseguição de um velho “de uns sessenta e cinco anos de idade”. E, “de um ponto de vista fixo, desloca-se para a mobilidade do labirinto das ruas na perseguição desse homem, abrindo caminho na multidão”(Gomes, *op. cit.*, p. 3). Mas, embora o siga por caminhos diversos, o narrador não chega a decifrar aquele homem: o homem não deixa vestígios, ou melhor, seus vestígios são apagados em meio à multidão. Como afirma Gomes (*op. cit.*): “O isolamento e a perda das conexões são condições para uma nova percepção da realidade urbana emblematicamente representada pela rua” (p. 4).

Hoffman traz a cidade vista por um homem que se encontra impossibilitado de andar, mas dela absorve impressões por meio de uma moldura: a janela. Dela vê os transeuntes, com quem não pode se envolver diretamente. Assim, o homem da janela tem de optar por um ponto de vista fixo, de onde observará a praça e as cenas do cotidiano. Seu cômodo transforma-se num tipo de “camarote”, de onde, com uma ferramenta - um binóculo, pode

aproximar, deslocar, focalizar e anunciar ao narrador do conto: “falta a ti um olho, um olho que saiba ver” (Gomes, *op. cit.*, p. 5).

Falta, também, a preocupação com um ouvido que possa escutar mais detalhadamente a paisagem sonora urbana. E, como professora de uma escola pública, é possível notar que essa falta provoca uma enorme distância entre as vivências musicais dos alunos e as propostas de ensino da música que algumas escolas ainda apresentam (refiro-me aqui às cenas descritas por Penna (1995), artigo já citado anteriormente).

A partir do trabalho realizado com os alunos, alguns apresentados nos mapas sonoros e descrições com as quais escolhi dialogar no Capítulo 3, é possível perceber que, de alguma forma, essas músicas do mundo já foram assimiladas, revelando uma certa intimidade com a paisagem sonora urbana. Não por acaso, eles vão além de um simples relato na construção de seus mapas: fazem críticas, percebem o “efeito Lombard”, revelam familiaridades com o espaço urbano e ainda compõem com fragmentos dessas músicas citadinas, construindo interessantes composições.<sup>117</sup>

Da janela, da rua, da calçada, da esquina – o “onde” não importa muito. O que realmente importa é modificar ângulos “congelados” nos espaços escolares, abrindo muitas portas para a escuta da cidade, pois escutar os pregões força-nos a outras maneiras de ver e ouvir, força-nos a realizar outras “leituras” do mundo. A partir desses novos “ângulos”, outras escutas se compõem: escutas intermitentes, que precisam mudar de foco em segundos; escutas que não possuem “codas”, “pontes de transição” ou tonalidades específicas; escutas que delineiam novos trajetos. Abrindo outras portas, escutas que revelam a “onipresença” da música em nossas vidas, tal como revelou Kassabian (*op. cit.*), passam a coexistir com “escutas do hábito” (Santos, 2002) - nem por isso desimportantes - realizadas nas aulas de

---

<sup>117</sup> Após a construção e discussão dos mapas sonoros descritos, em parte no Capítulo 3, realizei várias composições com alunos do CETEP, incluindo pregões recolhidos e recriados pelos alunos, “cantadas”, sons de água, trovões, entre outros.

percepção.<sup>118</sup> Todas elas, essenciais para a formação de um ouvinte crítico, que possa também escutar e interferir na construção das diversas paisagens sonoras, tal como afirmou Schafer (2001).

Além de revelar outros “ângulos”, escutar os pregões também nos força a ampliar e revisar conceitos sobre música pois, como relatou Nattiez (*op. cit.*), esses conceitos são sempre envolvidos por ideologias e formas de ver e ouvir o mundo.

É preciso, então, lançar-se à construção de novas molduras, novas janelas, aprendendo a ver, escutar e sentir a cena urbana. É preciso aprender a escutar em meio ao “labirinto urbano” (Gomes, *op. cit.*) e deixar que estas novas formas de escutar e estas novas/velhas músicas possam fazer parte das experiências de nossos alunos. É preciso, ainda, trazer esses textos orais e musicais que circulam nas ruas para dentro dos muros escolares pois, como vimos no Capítulo 3, os pregoeiros, como os cancionistas de Tatit (*op. cit.*), revelam grande competência para unir palavra e música, intensificando suas relações de compatibilidade.

Acima de tudo, pesquisar o universo citadino traz importantes lições de persistência: cantar e não perder o bom-humor diante das dificuldades; inventar novas formas de chamar a atenção; compor novos pregões; criar, no outro, o desejo por um objeto qualquer; inventar novos “modos de dizer”; perder a voz; cansar as pernas; inventar soluções geniais para fugir rapidamente com a mercadoria; vestir-se de Batman, Chapolim e até de Papai Noel, como Roberto dos Santos, um brasileiro a quem o colunista Ancelmo Gois, no Natal de 2006, realizou bela homenagem em sua Coluna no Jornal O Globo.

---

<sup>118</sup> Um exemplo de modificações de modos de escutar foi trazido por Schafer numa Oficina realizada na UNIRIO há alguns anos: Schafer lançava mão de uma escuta móvel, que pudesse acompanhar “sons que andavam”, num exercício bastante diferente das cenas tradicionais em que, nas aulas de percepção, aprendemos a escrever o que ouvimos sentados numa cadeira e em que os professores costumam realizar os exercícios parados, tocando ao piano ou outro instrumento para realizar a percepção sonora.

Apesar de tudo, esses homens e mulheres continuam (en)cantando os passantes, mesmo que, para isso, tenham de “suar a camisa.” E, parafraseando Matos (2000-2001), “quem tiver ouvidos de escutar, que escute”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Marcelo. Um elegante vendedor de amendoim. *Correio Braziliense*. Brasília, 29 abr. 2006, Caderno Cidades. p.32

ABREU, Martha. As memórias do Divino: discussões sobre a festa popular e representações da identidade nacional a partir dos registros sobre as comemorações do Divino Espírito Santo na cidade do Rio de Janeiro no século XIX. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, Rio de Janeiro, n. 28, p.40- 59, 1999.

ANDRADE, Mário de. *Ensaio sobre a Música Brasileira*. 3 ed. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1972.

\_\_\_\_\_. *Dicionário Musical Brasileiro*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1989.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1993.

BAILLY, Lucie. *Étude articulatoire de la parole produite en environnement bruyant*. Disponível em <http://recherche.ircam.fr/equipes/repmus/webatiam/Stages/Stages0405/Bailly.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2007.

BAUMAN, Richard. 1977. *Verbal Art as Performance*. Illinois: Waveland Press, 1977.

BENJAMIN, Walter. O narrador. In: \_\_\_\_\_. *Magia e técnica, arte e política - Obras escolhidas*. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993, p. 197-221. vol.1.

\_\_\_\_\_. *Charles Baudelaire – um lírico no auge do capitalismo – Obras escolhidas III*. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. vol.3.

\_\_\_\_\_. *Rua de mão única – Obras escolhidas II*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. vol.2.

BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade – lembrança dos velhos*. São Paulo: T. A. Queiroz, 1979.

BURKE, Peter. *Testemunha ocular – história e imagem*. São Paulo: EDUSC, 2004.

CAIAFA, Janice. *Jornadas Urbanas – exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

CAMELÔS. *Jornal Correio de Icarai*. Niterói, Ano VIII, nº 97, dez. 2004. p.3

CARDOSO, Ângelo Nonato Natale. Reflexões sobre a transcrição etnomusicológica. In: XIV ENCONTRO ANUAL DA ANPPOM. 2003. Porto Alegre. *Anais do XIV ENCONTRO ANUAL DA ANPPOM*. Porto Alegre: UFRGS, 2003. p.133-141.

CASTRO, Antônio Jardim de. *A produção musical e o ensino de música – um estudo filosófico*. 1988. Dissertação (Mestrado em Música) – Rio de Janeiro: Conservatório Brasileiro de Música.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

COTRIM, Márcio. Cabra da Peste. *Correio Braziliense*. Brasília, 27 nov. 2005. Revista do Correio. O Berço da Palavra. p.46-7.

\_\_\_\_\_ Fazer ouvidos de mercador. *Correio Braziliense*. Brasília, 18 dez. 2005. Revista do Correio. O Berço da Palavra. p.42-3.

CYRULNIK, Boris. *Os alimentos do afeto*. São Paulo: Ática, 1995.

DIETRICH, Peter. Viola, meu bem: o arranjo na construção do sentido da canção. *Cadernos de Semiótica Aplicada*, vol.2, n. 1. 2004.

Disponível em [www.fclar.unesp.br/grupos/casa/artigos/V2n1/CASA-v2n1.html](http://www.fclar.unesp.br/grupos/casa/artigos/V2n1/CASA-v2n1.html). Acesso em: 19 fev. 2007.

EDMUNDO, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1938, v.1.

ELLINGSON, Ter. Transcription. In: MYERS, Helen (Ed.). *Ethnomusicology: an introduction*. New York: W. W. Norton & Company, 1992, p.110-152.

ESCUTAR. In: HOUAISS, Antônio, VILLAR, Mauro Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p. 1213.

FOURNEL, Victor. *Les cris de Paris – types et physionomies d'autrefois*. Paris: Les Éditions de Paris, 2003.

FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler*. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1988.

GARCIA, Regina Leite (org.). *A formação da professora alfabetizadora: reflexões sobre a prática*. São Paulo: Cortez, 1996.

GOIS, Ancelmo. Piratas do sucolé. *O Globo*. Rio de Janeiro, 15 jan. 2006. Coluna Ancelmo Gois. p. 18.

GOMES, Renato Cordeiro. De rua e de janela. *Revista Semeiar*, n.6. 2002. Disponível em [http://www.lettras.puc-rio.br/catedra/revista/6Sem\\_21.html](http://www.lettras.puc-rio.br/catedra/revista/6Sem_21.html) Acesso em: 19 jan. 2007.

GONÇALVES, Luciana. Os espetáculos de rua do Largo da Carioca como ritos de passagem. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, Rio de Janeiro, n.28, p. 216-235, 1999.

GUIMARÃES, Ana Cláudia. Cena Carioca. *O Globo*. Rio de Janeiro, 26 dez. 2004. Primeiro Caderno. p. 16.

KASSABIAN, Anahid. UbiSub: Ubiquitous Listening and Networked Subjectivity. *Echo: a music-centered journal*, vol.3 issue 2. 2001. Disponível em [www.echo.ucla.edu](http://www.echo.ucla.edu). Acesso em: 27 jun. 2005.

LANGER, Susanne K. O princípio de assimilação. In: *Sentimento e Forma*. São Paulo: Perspectiva, 1953. p. 155-175.

LAUAND, Jean. *Teatro Medieval: 4 Sketches*.

Disponível em [www.hottopos.com/videtur22/jean\\_teatro\\_mediev.htm#\\_ftnref24](http://www.hottopos.com/videtur22/jean_teatro_mediev.htm#_ftnref24). Acesso em: 03 mai 2006.

LESSA, Jefferson. O quente da areia. *O Globo*. Rio de Janeiro, 10 mar. 2006. Caderno Rio Show. p. 22-26.

MASSIN. *Les cris de la ville: commerces ambulants et petits métiers de la rue*. Paris: Albin Michel, 1985.

MATOS, Cláudia Neiva de. A leitura como diálogo: trocando falas com Paul Zumthor. *Revista USP*, São Paulo, n. 48, dez./jan./fev., p. 205-212, 2000-2001.

MEYER, Leonard. Future Tense: Music, Ideology, and Culture. In: *Music, the Arts, and Ideas*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.

MORAES FILHO, Mello. *Festas e Tradições Populares do Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1999.

NATTIEZ, Jean-Jacques. Som/ruído. In: *Enciclopédia Einaudi*. Porto: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1984. vol.3.

PENNA, Maura. O desafio necessário: por uma educação musical comprometida com a democratização no acesso à arte. *Educação Musical*, São Paulo, Atravez, n. 4/5, p. 15-29, 1994.

PETERS, Steve. Site specifics as a work for radio. In: LABELLE, Brandon, RODEN, Steve (Eds.). *Site of Sound: of Architecture & the Ear*. 3 ed. Los Angeles: Errant Bodies Press, 1999, p. 67-72.

QUEIROZ, José Álvaro Lemos de. *Pregões: os sons dos mercadores*. 2001. Dissertação (Mestrado em Música) - Pós-Graduação da Faculdade de Música. Salvador, Universidade Federal da Bahia.

QUINTANA, Mário. *A rua dos cataventos*. São Paulo: Globo, 2005.

RANDEL, Don Michael. (Ed.) *The New Harvard Dictionary of Music*. 2 ed. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 1986.

RIO, João do. *A alma encantadora das ruas*. [S.I.] : Biblioteca Nacional, 2004. Disponível em: [http://cultvox.localweb.com.br/livros\\_gratis/alma\\_encantadora\\_das\\_ruas.pdf](http://cultvox.localweb.com.br/livros_gratis/alma_encantadora_das_ruas.pdf) Acesso em: jun. de 2004.

SADIE, Stanley (Ed.) *The New Grove Dictionary of Music and Musicians* . 6 ed. London: MacMillan Publishing Company, 1980. vol.18.

SANDRONI, Carlos. *Feitiço Decente – Transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: Ed. UFRJ, 2001.

SANTOS, Boaventura de Souza. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. 3 ed. Porto: Afrontamento, 1993.

SANTOS, Fátima Carneiro dos. *Por uma escuta nômade: a música dos sons da rua*. São Paulo: EDUC, 2002.

SANTOS, Joaquim Ferreira dos. O “visu”do Sheik. *Jornal O Globo*. Rio de Janeiro, 10 mar. 2005. Coluna Gente Boa. Segundo caderno, p.3.

SCHAFER, R. Murray. O mundo dos sons. *O Correio da Unesco*, Brasil, ano 4, n. 1, p.4-8, jan. 1977.

\_\_\_\_\_. *O ouvido pensante*. São Paulo: UNESP, 1991.

\_\_\_\_\_. *Hacia una educacion sonora*. Buenos Aires: Pedagogias Musicales Abiertas, 1994.

\_\_\_\_\_. *A afinação do mundo*. São Paulo: UNESP, 2001.

SCHOLLES, Percy A. (org.). *The Oxford Companion to Music*. 10 ed. Oxford: Oxford University Press, 1991.

SCOFIELD, Gilberto. Vendedor de histórias chinesas. *Jornal O Globo*. Rio de Janeiro, 5 mar. 2006. Revista de Domingo. ano 2 n. 84. p.44-5.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

SPRECHGESANG. In: STANLEY, Sadie (Ed.). *Dicionário Grove de Música*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

STREET CRIES. In: SCHOLLES, Percy A. (Org.). *The Oxford Companion to Music*. 10 ed. Oxford: Oxford University Press, 1991, p. 986-990.

TATIT, Luiz. *O século da canção*. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

THOMPSON, E. P. A venda de esposas. In: \_\_\_\_\_. *Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.305-352.

TINHORÃO, José Ramos. A música de barbeiros do Rio de Janeiro e da Bahia. In: \_\_\_\_\_. *Música popular de índios, negros e mestiços*. Petrópolis: Vozes, 1975. p.93-113.

\_\_\_\_\_. *Música popular: os sons que vêm das ruas*. São Paulo: Edições Tinhorão, 1976.

ULHÔA, Martha Tupinambá de, FERNANDES, José Nunes. *Normas para apresentação de dissertações e teses de música*. Disponível em [www.unirio.br/ppgm](http://www.unirio.br/ppgm). Acesso em: 15 jul. 2004.

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. *Os cantos da voz: entre o ruído e o silêncio*. São Paulo: Annablume, 1999.

VENTURA, Mauro. Minha velhice é infantil. *Jornal "O Globo"*. Rio de Janeiro, 19 dez. 2006. Segundo Caderno. p.1

WESTERKAMP, Hidelgard. Say something about music. In: LABELLE, Brandon, RODEN, Steve (Eds.). 3 ed. *Site of Sound: of Architecture & the Ear*. Los Angeles: Errant Bodies Press, 1999, p. 17-25.

WOLLSCHIED, Achim. Does the song remains the same? In: LABELLE, Brandon, RODEN, Steve (Eds.). 3 ed. *Site of Sound: of Architecture & the Ear*. Los Angeles: Errant Bodies Press, 1999, p.5-10.

ZUMTHOR, Paul. *A letra e a voz: a "literatura" medieval*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

\_\_\_\_\_. *Introdução à poesia oral*. São Paulo: Hucitec/Educ Ltda, 1997.

\_\_\_\_\_. *Performance, recepção e leitura*. São Paulo: Educ, 2000.

## ANEXO A

## TRANSCRIÇÕES E DESCRIÇÕES DOS PREGÕES GRAVADOS NOS CDS

CÓDIGO DE SINAIS

[ ]	Aparecerão entre colchetes vogais e/ou consoantes que foram omitidas na pronúncia do vendedor, mas que fazem parte da grafia correta da palavra utilizada no pregão.
<b>Negrito</b>	O negrito será utilizado nas sílabas com maior intensidade sonora
#	Indicação de pequena pausa entre palavras ou frases
⌋	Indica movimento descendente na entonação, podendo equivaler também a qualquer intervalo descendente musical, bem como a qualquer oscilação que indique movimento descendente entre palavras ou sílabas.
⌈	Indica movimento ascendente na entonação, podendo equivaler também a qualquer intervalo ascendente musical, bem como a qualquer oscilação que indique movimento ascendente entre palavras ou sílabas.
<u>X</u>	Sublinhado – indica que a sílaba, letra ou palavra foi prolongada.
(...)	Indica que parte do pregão não foi compreendida suficientemente para efetuar a transcrição.
<	Indica que o pregão vai sendo ouvido com pouca intensidade e que, portanto, não é possível transcrevê-lo com segurança. <sup>119</sup>
>	Indica que o pregão que estava sendo transcrito vai reduzindo sua intensidade e que, nem sempre, será possível transcrevê-lo com segurança.
Repetição de vogais	Indica prolongamento da mesma

**Obs.:** 1- As palavras “aê” (corruptela de aí) e “ó” (corruptela de olha) serão utilizadas tais como pronunciadas pelo vendedor; 2- as vogais geralmente irão realizar um tipo de elisão, ligando-se umas às outras.

<sup>119</sup> O pregão que se repete em baixa intensidade só é transcrito se houver alguma margem de segurança.

CDA

**Faixa 1 - 27” - Cigarras**

**Faixa 2 - 3’29” - Rap do real (Pedro Luís e Rodrigo Maranhão)**

**Faixa 3 – 2’23” - Pregão de isqueiro, cotonete e chaveiro**

A faixa 3 inicia-se com som de automóveis e, embora consiga-se ouvir a expressão “um real” ao fundo, aos poucos a expressão vai se intensificando.

Um homem apregoa isqueiro e cotonete repetidamente:

Três **que[i]r[os]** é um rea **al**  
is

Co **nete** é um rea **al**  
to

Um homem apregoa veneno de ratos:

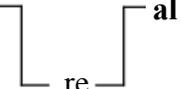
Chum **bi** vai seca o rato **bi** nho  
chum **bi** nho

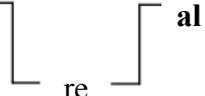
Vai **do[is]** **que[i]r[os]** é um **al**  
is re **aê**

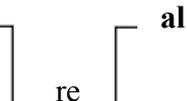
Anúncio eletrônico de calcinhas

Cha **ve[i]r[o]** é um **al**  
re

Cha **ve[i]r[o]** é um **al**  
re

três(...) trêêêês é um  **al**

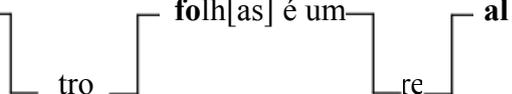
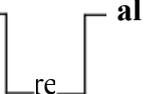
Três (...) é um  **al**

Três (...) é um  **al**

#### Faixa 4 - 5'58" – Peruanos e pregão da Hello Kitty

A faixa quatro inicia-se com a música dos peruanos, cujo solo é feito por uma flauta.

Logo, iniciam-se os pregões.

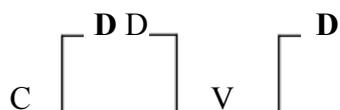
Qua  **folh[as]** é um  **al**

Quatro é um re  **al**

Logo em seguida, vários homens apregoam CDs e DVDs, formando uma polifonia em meio à “paisagem” turbulenta que se apresenta. Um homem apregoa três vezes com timbre aberto:

 **DD**  **D**

Um outro homem apregoa duas vezes:

 **DD**  **D**

Chegam os vendedores de folhas de presente.

Quatro folhas é um real  
 Quatro é um real

Pregões de CD e DVD e de folhas alternam-se, formando diferentes fundos sonoros. O vendedor de radinho entra em cena:

Radinho da Hello Kitty é dez

Já vai com pilha é dez #

Radinho da Hello Kitty é dez #

Radinho da Hello Kitty é dez

Alô

De DVD D

Ra **dinho da Hello Kitty é dez**

Ra **dinho da Hello Kitty é dez**

C **D** DV **D**

C **D e** DV **D**

Ra **dinho da Hello Kitty é dez** (...) é mais **barato**

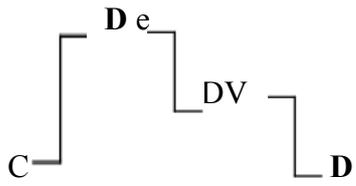
C **D** DV **D**

An **tena é cin** co (...) mais **bara** to

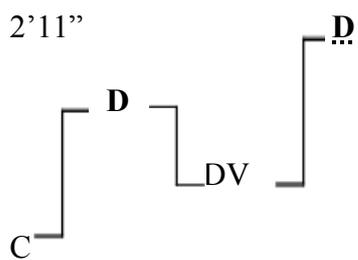
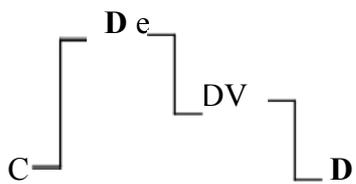
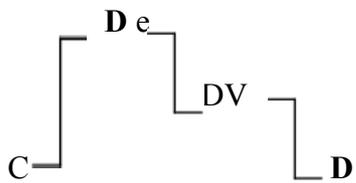
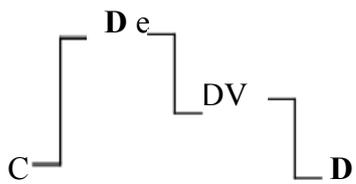
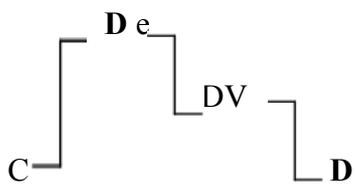
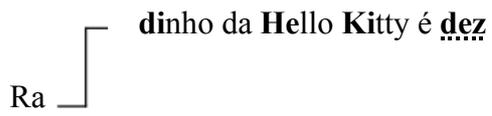
Outro apregoador de CDs e DVDs , desta vez, com pronúncia mais lenta:

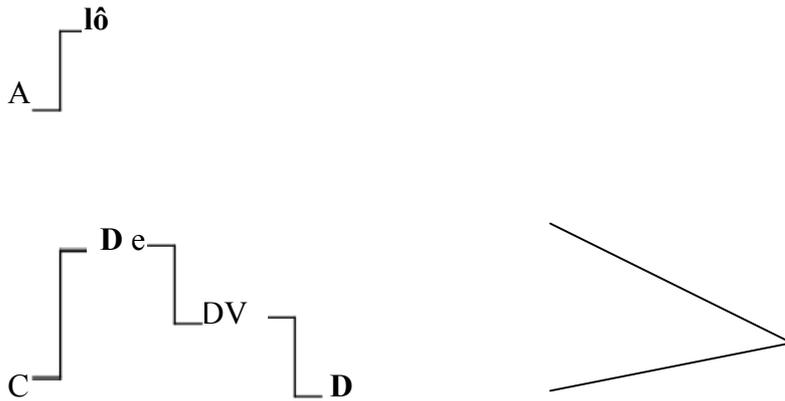
**Ó**

C **D e** DV **D**



Aqui ó!





Sirene.

Os pregões não se extinguem, mas continuam se cruzando na paisagem sonora citadina, às vezes compreensíveis à escuta e, outras vezes, não.

Quem **vai comemorar** o **Natal** e o **Ano Novo aí?**

Uma sirene seguida de um grito vindo de algum CD, dizendo: “Aí, gente!(...) Tá ligado?”

Entra um funk vindo de um CD e outras músicas também surgem como fundo. O “um real” continua como fundo junto às vozes dos passantes.

### **Faixa 5 – 1’30” - Pregão do carrinho amarelo**

Música gravada na tonalidade de Fá Maior. Entra o anúncio, também gravado:

“Atenção dona de casa! Está passando agora à sua porta a solução prática e segura para os problemas do seu fogão e de suas panelas. Traga agora! O conserto é na hora! Temos peças para todas as marcas (...) A solução para o seu fogão e suas panelas chegou (...).”

### **Faixa 6 – 1’ - Carro da fruta e da verdura**

“(...) pérola, mamão papaia, mamão formosa, banana prata, banana maçã, banana nanica, milho verde, cebola, batata, cenoura. É aqui mesmo. É o carro da fruta e da verdura. Tem

vagem, quiabo, tomate, alface, agrião, brócolis, rúcula, cheiro verde, coentro, cebolinha e salsa. Vai passando em sua porta o carro da fruta e da verdura. Vai passando em sua porta.

Alô, meu freguês! Alô, minha freguesa! Vem já pra cá!

**Faixa 7 – 15” - Carro da fruta e da verdura**

(...) Uva. Leve para a casa a promoção. Leve para casa, é só escolher. (...) frutas e verduras

(...).

**Faixa 8 – 53” - Pregão do confeti**

**Três confet[i] é um real**

Música de fundo, freada, sirene.

**Faixa 9 – 1’38” - Pregão da couve-flor**

Co[u]ve **frô**<sup>120</sup> é um re **al**

Co[u]ve **frô** é um re **al**

Co[u]ve **frô** é um re **al**

Carros

Anúncio eletrônico ( microfone da loja)

CD de fundo

---

<sup>120</sup> Couve-flor

**Faixa 10 – 3'02” - Pregão da bala de côco**

CD de fundo ( reggae)

Despertadores de relógios

Conversas, automóveis, gritos

2'05”

Te ┌── so[u]r[a]é ──┐  
└── trêš ──┘

Te ┌── so[u]r[a]é ──┐  
└── trêš ──┘

Te ┌── so[u]r[a]é ──┐  
└── trêš ──┘

(...) é um re ┌── al  
└──

(...) é um re ┌── al  
└──

Conversas, automóveis, gritos

Te ┌── so[u]ra é ──┐  
└── trêš ──┘

Te ┌── so[u]ra é ──┐  
└── trêš ──┘

Te ┌── so[u]ra é ──┐  
└── trêš ──┘ #

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

Bala de côco pacote é um ┌ ───────────┐  
└ ───────────┘ re ┌ ───────────┐ al

Pacote é um ┌ ───────────┐  
└ ───────────┘ re ┌ ───────────┐ al

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

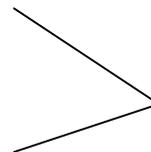
Te ┌ so[u]ra é ┐  
└ ───────────┘ trê**s**

Ba ┌ ───────────┐ ┌ ───────────┐ Halls (...) é um ┌ ───────────┐  
└ ───────────┘ └ ───────────┘ └ ───────────┘ re ┌ ───────────┐ al (...)

Bala de côco pacote é um ┌ ───────────┐  
└ ───────────┘ re ┌ ───────────┐ al

Pacote é um  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{re} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{al}$

Bala de **côco pacote** é um  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{re} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{al}$



### Faixa 11 – 3'44" - Pregão de pilha, super bonder e isqueiro

Música de fundo de CD, despertadores, automóveis.

Leva **quatro pilh[as] aqui** é um  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{re} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{al}$

Super **bonder aqui** é um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{ó}$

Leva **quatro pilha[s] aqui** é um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{ó}$

Três  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{is} \\ \text{ } \end{array} \right] \text{queir[os]}$  é um rea  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right]$

Despertadores

(...) é um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right]$

Vai vai **esponja aqui** é um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right]$

Vai vai **esponja aqui** é um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{ } \\ \text{al} \\ \text{ } \end{array} \right]$

Uma mulher apregoa:

Água (...) é  $\left[ \begin{array}{c} \text{cin} \\ \text{qüen} \\ \text{ta} \end{array} \right]$

Estalinhos

Vários pregões de fundo em que se pode escutar – “é um real”

Canet[a] é um  $\left[ \begin{array}{c} \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$

Canet[a] é um  $\left[ \begin{array}{c} \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$

CD de fundo – samba

Ruído de obras

### Faixa 12 – 3’13” - Pregão de pilha, cotonete e superbonder

Ruído de obras

Leva cinco # e só paga um re  $\left[ \begin{array}{c} \text{al} \end{array} \right]$

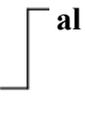
CD de fundo – “eu estou sofrendo tanto”...

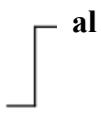
Cen  $\left[ \begin{array}{c} \text{to e} \\ \text{vinte cotonete[s] é um} \\ \text{re} \\ \text{al} \end{array} \right]$

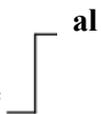
Cen  $\left[ \begin{array}{c} \text{to e} \\ \text{vinte cotonete[s] é um} \\ \text{re} \\ \text{al (...)} \end{array} \right]$

Três isque[i]ro[s] é (...)

Buzinas e música de fundo. Anúncio eletrônico.

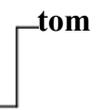
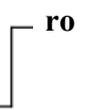
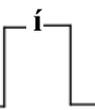
Quatro pilha[s] é um re  **al**

Cotonete é um re  **al**

Super **bonder** é um re  **al**

2'54"

Oi, oi, oi, oi, oi, oi oi, oi, # oi, oi, oi

Ba  **tom**  **ro**  **í** **ó**

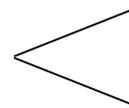
Três (...) é um real

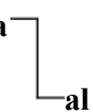
Faixa 13 – 1'49" - Pregão de isqueiro e cotonete

Despertadores

Aqui é **promoção** de **quatro** (...)

É **duas** e vai pagar um **real** de **quatro** (...)



Três isque[i]r[os] é um rea  **al**

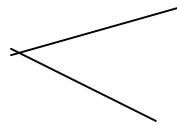
Cotonete é um rea  **al**

Três isque[i]r[os] é um rea  **al**

Três que[i]r[os] é um al três  
 is re

Três é um al  
 re

queir[o] é dois  
 Is



queir[o] é dois aqui ó  
 Is

CD de fundo – música evangélica

#### Faixa 14 – 1' - Pregão de jujuba e confeti

Faixa caracterizada por muito ruído ambiental, envolvendo sons de automóveis, buzinas e freadas.

Cinco jujuba é um real #

Três confet[i] é um real

Cinco jujub[a é] um real #

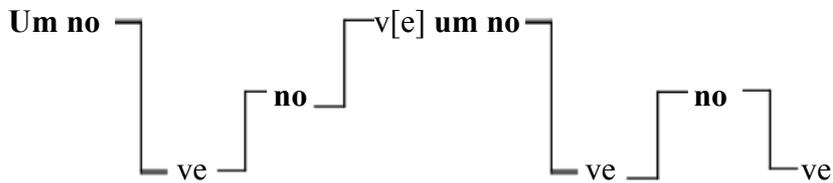
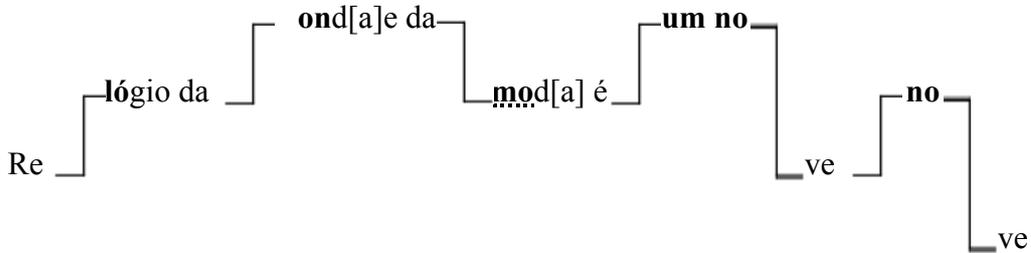
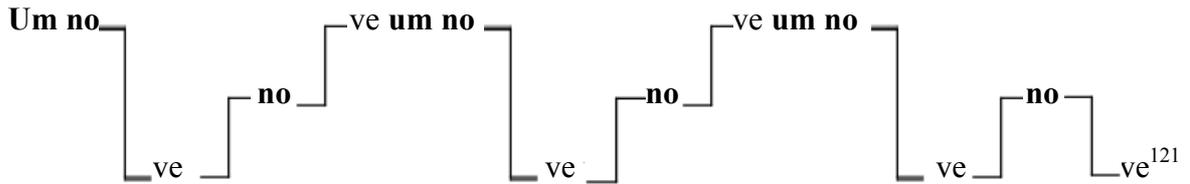
Três confet[i] é um real

Cinco jujub[a é] um real #

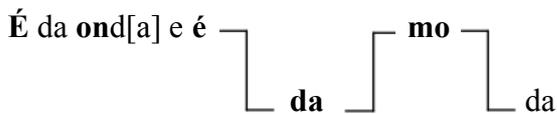
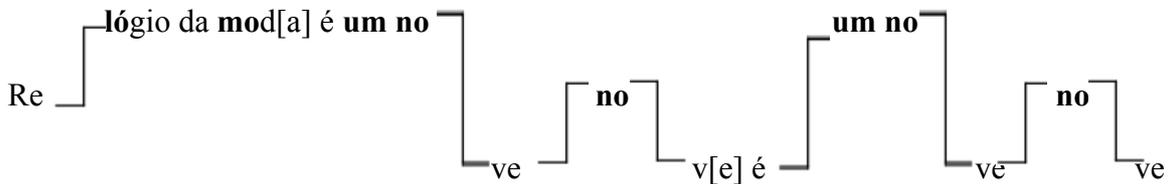
**Três confet[i] é um real**

Cinco jujub[a é] um real #

**Faixa 15 – 16” - Pregão do 1,99**



**Faixa 16 – 1'01” - Pregão do 1,99**



<sup>121</sup> O vendedor pronuncia: “um, nove, nov’um, nove, nov’um nove, nove”.

Relógio do momento é **um no**

**Um no**

**Um no**

### Faixa 17 – 29” - Olha o pesado!

Nesta faixa, o pregão de “um nove nove” permanece em diálogo com o “pesado”, juntando-se a outros que se misturam. Ressalto o anúncio do “homem do pesado”<sup>122</sup>.

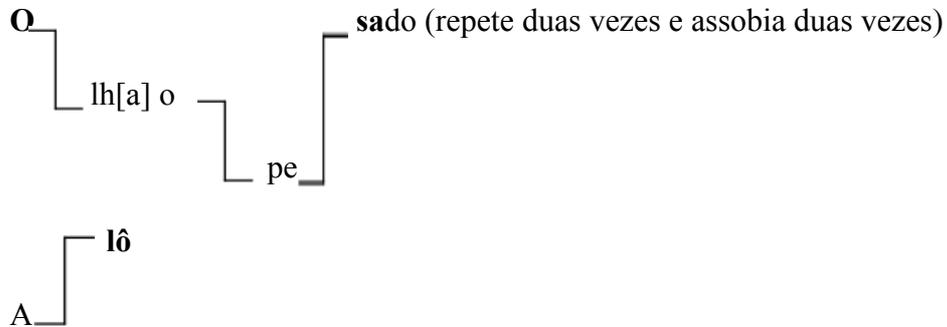
**O**

**O**

**O**

<sup>122</sup> Os “homens do pesado” não vendem produtos, mas oferecem serviços. São descritos nesta faixa do CD pelo interessante diálogo sonoro estabelecido com o vendedor de relógios de R\$1,99.

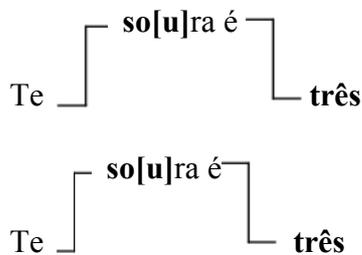
Entra o “segundo homem do pesado”, com voz mais aguda, juntamente com o primeiro “homem do pesado”:



### Faixas 18 (53') e 19 (1'42'')

Exemplos de paisagens do tipo *lo-fi*, nas quais os pregões ficam como fundo, mas onde o “um real” é quase sempre audível/compreensível.

### Faixa 20 – 3' - Pregão da tesoura



Buzinas, apito de guarda de trânsito, automóveis.

**Três é um real**

**Três é um real**

**Três confeti é um real**

**Três é um real**

**Três é um real**

**Faixa 21 – 28” - Pregão do relógio**

Re — lóg[io] é — **quin** — z[e] é — **quin** — z[e] é — **quin** — ze

**É um lindo presente!**

É — **quin** — z[e] é — **quin** — ze

**Relógio de bacana a preço de banana!**

**Relógio da onda e da moda!**

Re — lóg[io] é — **quin** — ze

**Faixa 22 – 1’ 28” - Pregão do gelado**

Música de fundo

Ge — lad[o] é — cin — **qüent[a] é** — ge — **lado** <img alt="A large right-pointing chevron symbol." data-bbox="678 754 786 812"/>

Ô — ge — **la** — d[o] a — **qui é** — cin — **qüent[a] é** — cin — **qüenta**

Ge  $\left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta ge} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta} \end{array} \right]$

(...)

Ge  $\left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüent[a] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{quënta} \\ \end{array} \right]$

Vai  $\left[ \begin{array}{l} \text{ge} \\ \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta é cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta} \end{array} \right]$

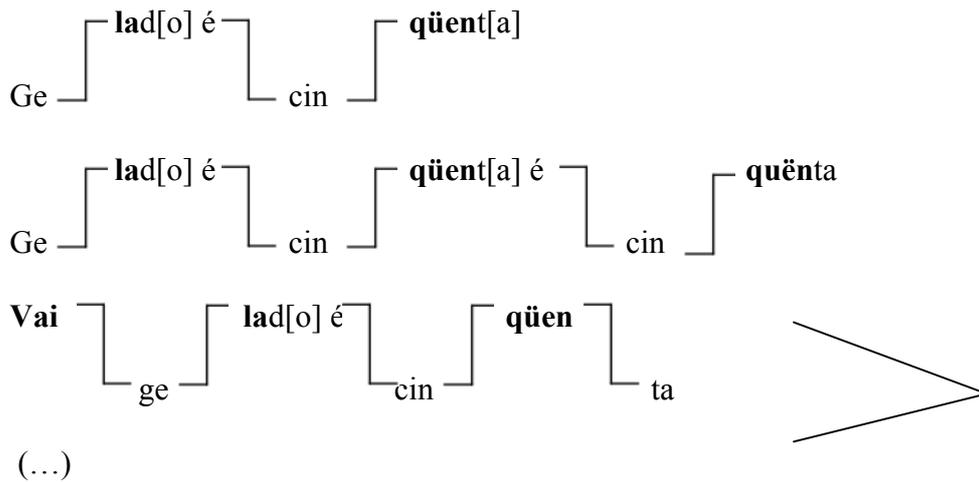
Vai  $\left[ \begin{array}{l} \text{ge} \\ \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta é cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta} \end{array} \right]$

Ge  $\left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüent[a] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{quënta} \\ \end{array} \right]$

Ge  $\left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüent[a] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{quënta} \\ \end{array} \right]$

Ge  $\left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüent[a] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{quënta} \\ \end{array} \right]$

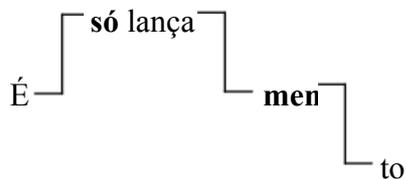
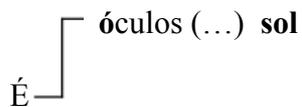
Vai  $\left[ \begin{array}{l} \text{ge} \\ \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{lad[o] é} \\ \text{cin} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{qüen} \\ \text{ta} \end{array} \right]$



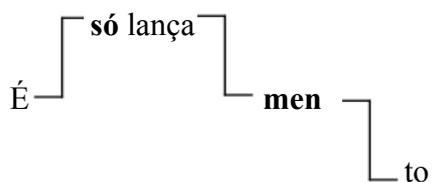
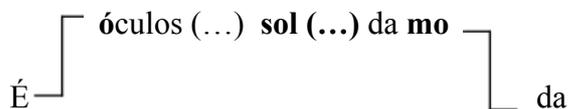
Anúncio de loja ( microfone)

Anúncio do vendedor vai perdendo o som anasalado inicial.

### Faixa 23 – 1' 28" - Pregão do óculos

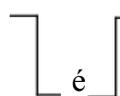


Entra a voz de um outro vendedor e os pregões se embaralham. Volta o primeiro vendedor a anunciar:



**Faixa 24 – 44” - Pregão do Papai Noel**

Fundo sonoro com vozes, pássaros e buzinas

(...) o papai noel  três

The diagram shows a melisma starting from the end of the word 'noel' and ending at the beginning of 'três'. A bracket labeled 'é' is positioned below the melisma line.

**Faixa 25 – 2'43” - Pregão do Gelado**

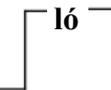
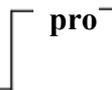
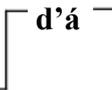
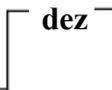
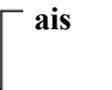
Ó o ge  do

The diagram shows a melisma starting from the end of 'ge' and ending at the beginning of 'do'. A bracket labeled 'la' is positioned above the melisma line.

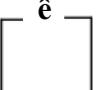
É o ge  do

The diagram shows a melisma starting from the end of 'ge' and ending at the beginning of 'do'. A bracket labeled 'laaa' is positioned above the melisma line.

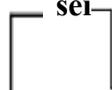
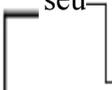
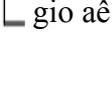
#

Re     

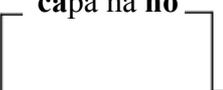
The diagram shows five melisma lines connecting the words: 'ló' to 'gio à', 'pro' to 'va', 'd'á' to 'gua', 'dez' to 're', and 'ais' to 're'.

a  ó

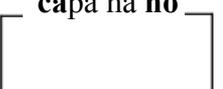
The diagram shows a melisma line connecting 'a' and 'ó'. A bracket labeled 'ê' is positioned above the melisma line.

Ba     

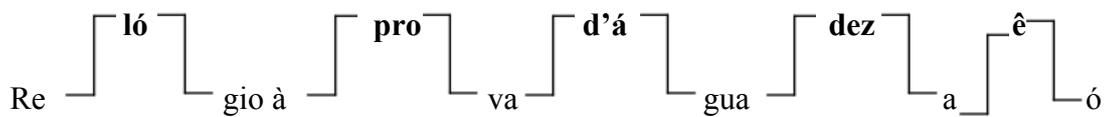
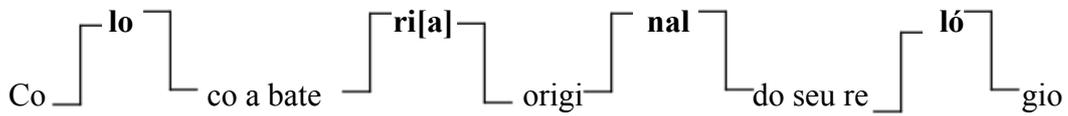
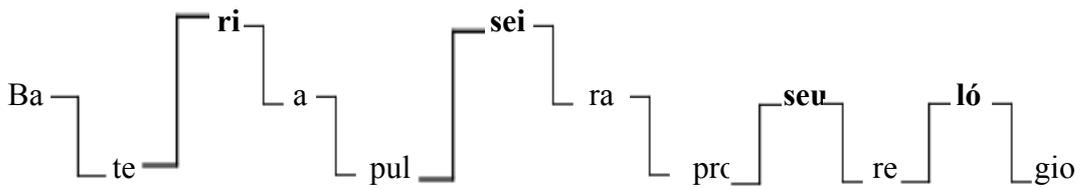
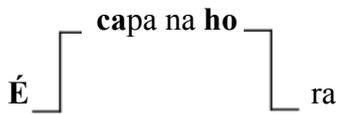
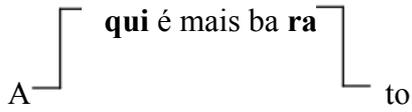
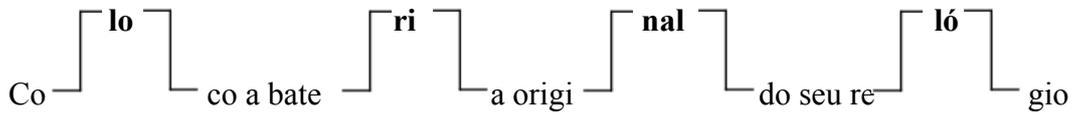
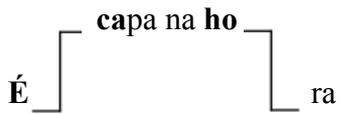
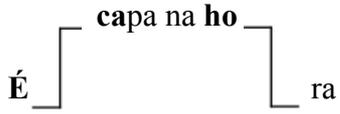
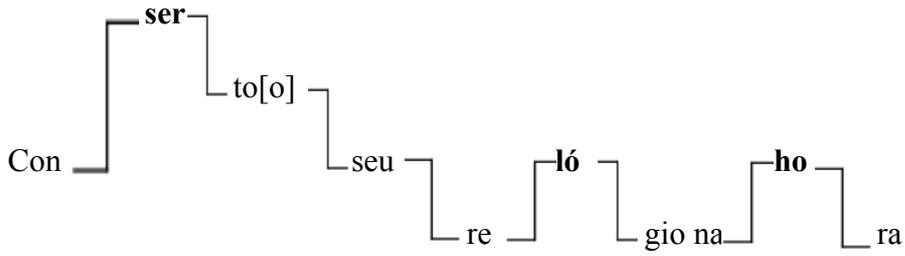
The diagram shows five melisma lines connecting the words: 'ri' to 'a', 'sei' to 'ra', 'seu' to 're', 'ló' to 'gio aê', and 'te' to 'pul'.

É  ra

The diagram shows a melisma line connecting 'capa na ho' and 'ra'. A bracket labeled 'capa na ho' is positioned above the melisma line.

É  ra

The diagram shows a melisma line connecting 'capa na ho' and 'ra'. A bracket labeled 'capa na ho' is positioned above the melisma line.



**Faixa 26 – 57” - Pregão do Aipim**

Três  **que[i]r[os]** é um  **al três**

Três  **que[i]r[os]** é um rea  **al**

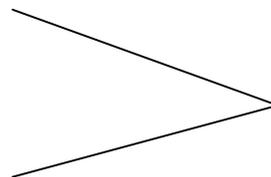
Três  **que[i]r[os]** é um rea  **al**

Três  **que[i]r[os]** é um  **al três**

Obs.: Um outro vendedor apregoa juntamente com o vendedor de isqueiros neste último pregão.

Três  **que[i]r[os]** é um rea  **al**

(...) é cin  co e só **paga um real aí**  **ó**



Ruído de automóveis.

Despertadores que funcionam como fonte sonora e pregão.

Oi  **pim**  **te[i]ga**  **a**  **ê**

**Faixa 27 – 3'25” - Pregão da Pilha**

A gravação começa com mau manuseamento do gravador. Após 1 minuto e 21 segundos de gravação, o “homem das pilhas” apregoa na esquina situada entre a Rua Almirante Teffé e a Rua da Conceição:

Qua [tro] pilh[as] é um [re] al #

Uma vendedora apregoa alguma mercadoria a um real:

(...)um re [al]

(...)um re [al]

### Faixa 28 –31” - Pregão do Bermudão

Música de fundo e, sobre ela, o pregão do “bermudão do verão”:

É o ber  
mu **vão da (...)**

É o bermu **vão** **du**<sup>123</sup>ve **rão**

É o ber  
mu **vão da (...)**

É o bermu **vão** **du** ve **rããã**

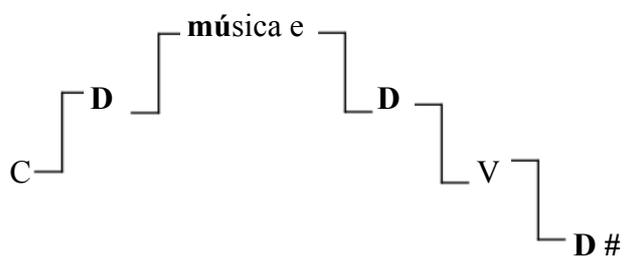
É o bermu **vão** **# du** ve **rão**

É o bermu **vão du ve** **rão**

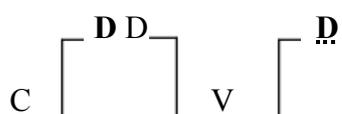
<sup>123</sup> Embora o vendedor esteja utilizando a preposição “do”, optei por grafar a real pronúncia do vendedor- “du”.

**Faixa 29 – 4'09" - Pregão de CD e DVD**

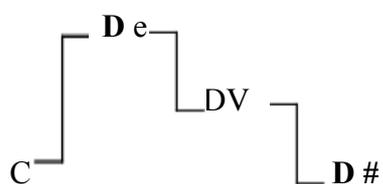
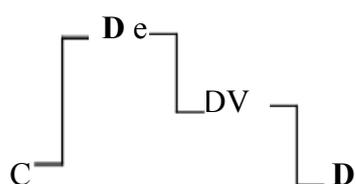
Após 47 segundos de gravação, o vendedor anuncia duas vezes:



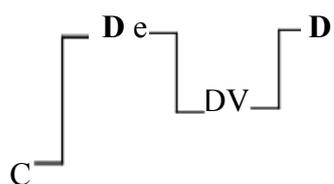
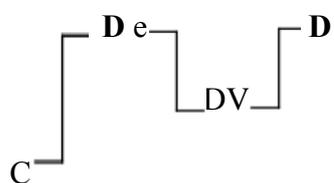
Um outro vendedor, do mesmo produto, apregoa:



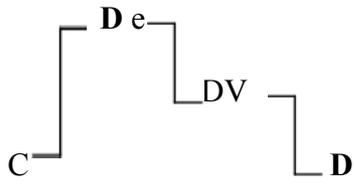
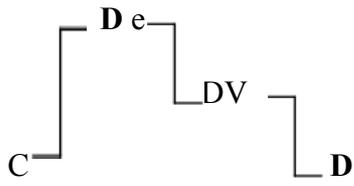
Um terceiro vendedor, apregoa:



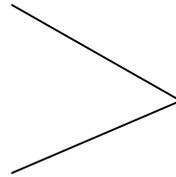
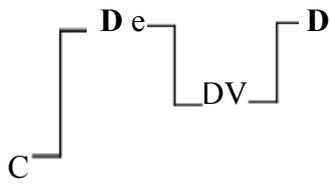
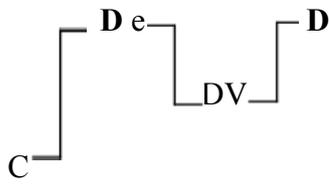
Um quarto vendedor entra no diálogo:



Um outro vendedor:



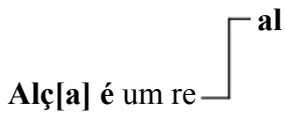
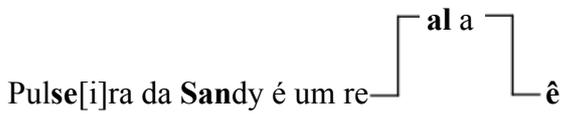
Novamente, o quarto vendedor apregoa:



Música de fundo ( CD) e despertadores que servem como pregão.

**Faixa 30 – 25” Pregão da alça de silicone**

Pulse[i]ra da Sandy é um real pulse[i]ra da Sandy é um real #



Alç[a] é um re — al

Alç[a] é um re — al

(...) pulse[i]ra da **Sandy** é **um real** pulse[i]ra da **Sandy** é **um real ó**

### **Faixa 31 – 34” - Pregão de ônibus<sup>124</sup>**

Fundo – motor do ônibus

(...) um real. E o mais importante: validade até dois mil e cinco. (...) gostoso passatempo da viagem, alegria das crianças.(...) Chocolate ao leite ou puro recheio de leite condensado. Vai levar a embalagem com sete por apenas um real(...).

### **Faixa 32 – 55” - Pregão de ônibus**

(...) tem bastante criança nas calçadas (..) vida digna, né e honesta (...) o pão de cada dia também e mais uma vez aí (...) a vinte e cinco centavos apenas cada uma. A embalagem contém cinco unidades por apenas um real(...) As pessoas (...) que puder[em] dar uma ‘forçazinha’ custa vinte e cinco centavos apenas cada uma, cinco por um real. Aqueles que não puderem também muito obrigado (...) pela atenção, obrigado.

<sup>124</sup> Os anúncios ouvidos em ônibus são diferentes dos pregões de rua, embora os vendedores de rua e os de ônibus tenham como objetivo vender alguma coisa. Ambos, geralmente, utilizam o nome de produtos e o preço, exaltam as qualidades do que vendem, mas os vendedores de ônibus utilizam textos longos e parecem sofrer diretamente a influência do Efeito Lombard, tendo em vista que anunciam seus produtos ao lado do motor dianteiro do ônibus. Como explica Valente (baseada em Schafer), esse contato provoca alterações no modo de ouvir e, conseqüentemente, no modo de falar, que se torna mais nasalado e pouco modulado (Valente, *op. cit.*, p.38).



**Faixa 35 – 1’44” - Pregão do Papai Noel**

Três — re — **ais** é o **papai** No — **el** — três

**Faixa 36 – 1’44” - Pregão de capa, antena, carregador**

Dois homens apregoam produtos da mesma espécie e parecem formar um “dueto”, em que os timbres travam um interessante diálogo.

Um homem de voz mais aguda começa, e o que era fundo, torna-se figura:

Capa antena **carregador** e bateria

Ao que outro homem, de voz um pouco mais grave, responde:

Capa antena **carregador** e bate **ria**

O primeiro vendedor, apregoa novamente:

Capa antena carrega **dor**

O segundo vendedor, repete:

Capa antena **carregador** e bateria #

Capa antena carregador e bate  **ria**

Um homem apregoa cartão telefônico:

Cartão telefônico (...) car  **tão**

**Faixa 37 – 33” - Pregão do amolador**

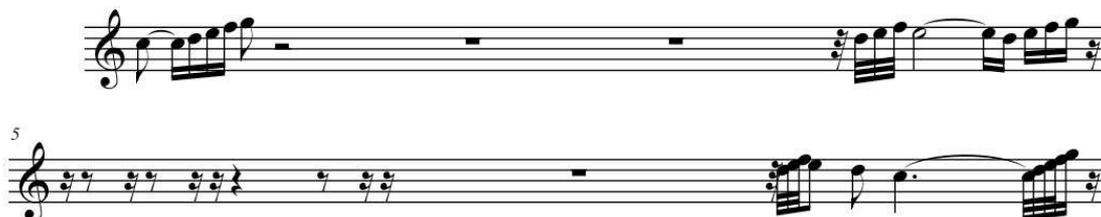


Após o trecho da gaita, o homem apregoa com a voz e depois retoma o pregão da gaita mais duas vezes com algumas pequenas variações.

Embora eu tenha optado por realizar a transcrição sem barras de compasso para mostrar quão livres são essas práticas musicais, é preciso dizer que, ao transcrever, alguns ajustes são feitos. Assim, a escrita musical é apenas uma aproximação do que se pode ouvir.

Todas as transcrições das gaitas dos amoladores passaram, de alguma forma, por esses ajustes.

**Faixa 38 – 31” - Pregão do amolador**



**Faixa 39 – 14” - Pregão do amolador****Faixa 40 – 12” - Pregão do amolador**

Irmão mais velho:



Olh[a]a í o amolador de alicate teso[u]ra faca e fa cão olh[a]a í

**Faixa 41 – 12” - Pregão do amolador**

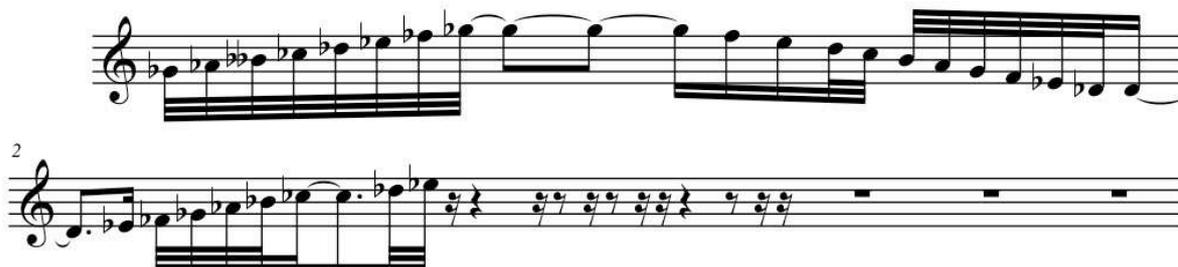
Irmão mais velho imitando o pai, que o ensinou a apregoar:

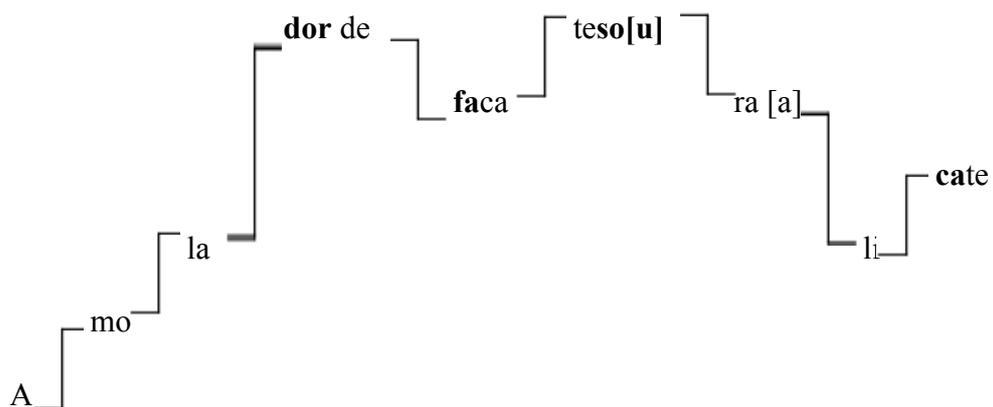
“Ele dizia:

Olha o amolador de ali ca te [e] teso[u] ra

**Faixa 42 – 12” - Pregão do amolador**

Irmão mais novo:





### Faixa 43 – 6” - Pregão do amolador

Pregão do irmão mais velho

...faca vai passan d[o] olh[a] aê

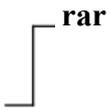


### Faixa 44 – 50” Pregão do cartão Telemar

Fundo: automóveis, telefone, buzina, conversas.

Car- tão Telemar- hein

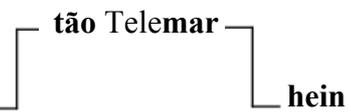
Car- tão Telemar

Vai pa  rar

É [a]qui  ó

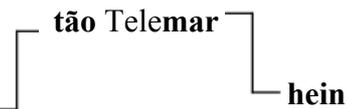
**Faixa 45 – 42” - Pregão do cartão Telemar**

Car  tão Telemar hein #

Car  tão Telemar hein

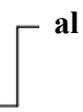
**Faixa 46 – 1’33” - Pregão do cartão Telemar**

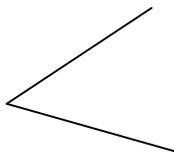
Embora o pregão seja o mesmo da faixa anterior, o vendedor lança uma voz num registro mais agudo.

Car  tão Telemar hein

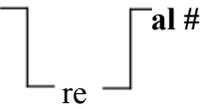
**Faixa 47 – 4’52” - Pregão de confeti e jujuba**

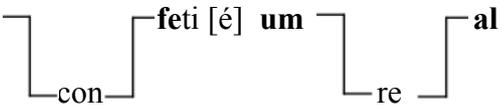
Paisagem sonora tem como fundo conversas, sons de automóveis, de CD e despertadores que funcionam como pregão. Após 2’28” de gravação, é possível identificar o “um real” dos pregões ouvidos:

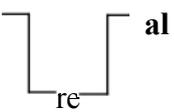
(...) um re  al

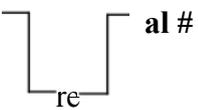


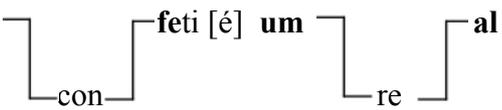


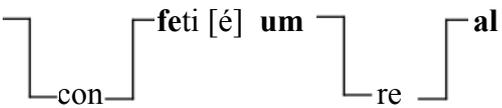
cinco é um  **al #**

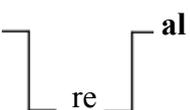
três  **feti [é] um al**

cinco jubub[a] é um  **al**

cinco jubub[a] é um  **al #**

três  **feti [é] um al**

três  **feti [é] um al**

cinco jubub[a] é um  **al**

Após longa pausa, um novo vendedor de confeti aparece, apregoando:

**4'32"**

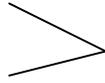
**Três confeti é um real**

**três é um real**

**três é um real**

**Faixa 48 – 1'01" - Pregão de confeti e jujuba**

**Cinco jujub[a] um real**

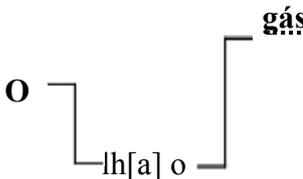


**Três confeti é um real cinco jujub[a] um real**

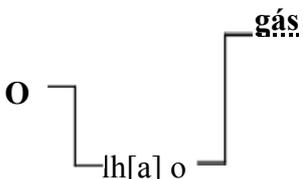
**Três confeti é um real cinco jujub[a] um real**

**Três confeti é um real cinco jujub[a] um real**

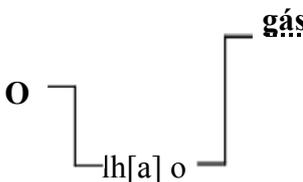
**Faixa 49 – 40" - Pregão do gás**

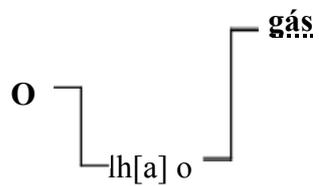
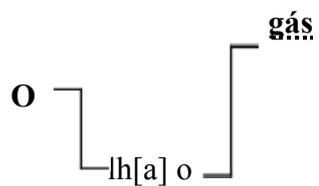
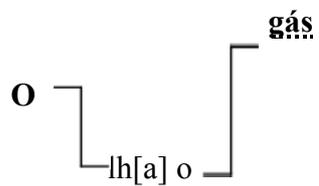
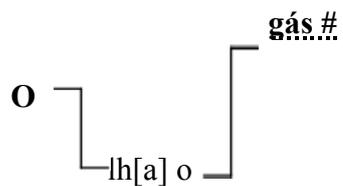
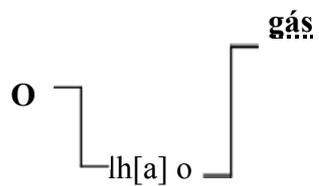
**O**  **gás**

Começando numa altura mais aguda:

**O**  **gás**

**Faixa 50 – 24" - Pregão do gás**

**O**  **gás**

CDB**Faixa 1 – 15” - Pregão do gás****Faixa 2 – 15” - Pregão do gás****Faixa 3 – 08” - Pregão do gás****Faixa 4 – 1'36” - Pregão do gás**

O — lh[a] o — **gás**

O — lh[a] o — **gás**

O — lh[a] o — **gás**

#### **Faixa 5 – 1'52" - Pregão de despertador e estalinho**

Despertadores

Música natalina proveniente de objetos natalinos vendidos em camelôs

CD do Djavan

Vozes

CD evangélico

Música natalina proveniente de objetos natalinos vendidos em camelôs

#### **Faixa 6 – 2'17" - Pregão de despertador e estalinho**

Quatro **folha[s]** só **paga** um re — **al**

Quatro por um re — **al**

Quatro por um re — **al**

Quatro folha[s] um re al

Quatro folha[s] um re al

Quatro folha[s] só paga um re al

Quatro folha[s] é um re al

(...)

Quatro folha[s] é um re al  
tro

Quatro folha[s] é um re al  
tro

Quatro folha[s] é um re al  
tro

(...) três (palmas)

É ótica



Tá fuma **çan** do é a pamonha quen **tinha**

**Ê** pamonha quentinha na **hora**

## ANEXO B

## Pregões gravados no CD A

Faixas	Tipo de Pregão	Referência no texto
1	Cigarras	p. 67 -168
2	Rap do Real	p. 80 - 81 - 168
3	Pregão de isqueiro, cotonete e chaveiro	p. 82 - 136 - 139 - 140 143 - 168
4	Peruanos e pregão da Hello Kitty	p. 83 - 136 - 143 - 147 169
5	Pregão do carrinho amarelo	p. 86 - 173
6	Carro da fruta e da verdura	p. 86 - 173 - 174
7	Carro da fruta e da verdura	p. 86 - 174
8	Pregão do confeti	p. 89 - 111 - 136 - 147 174
9	Pregão da couve-flor	p. 89 - 137 - 174
10	Pregão da bala de côco	p. 89 - 137 - 148 - 174
11	Pregão de pilha, super bonder e isqueiro	p. 89 - 103 - 137 - 139 141 - 144 - 177
12	Pregão de pilha, cotonete e super bonder	p. 89 - 136 - 138 - 140 144 - 178
13	Pregão de isqueiro e cotonete	p. 89 - 141 - 144 - 179
14	Pregão de jujuba e confeti	p. 89 - 112 - 137
15	Pregão de 1,99	p. 89 - 111 - 136 - 180
16	Pregão de 1,99	p. 91 - 147
17	Olha o pesado!	p. 91 - 182 - 183
18	Pregão de fundo	p. 91 - 183
19	Pregão de fundo	p. 91 - 183
20	Pregão da tesoura	p. 91 - 111 - 136 - 149 183 - 184
21	Pregão do relógio	p. 91 - 146 - 184
22	Pregão do gelado	p. 91 - 144 - 147 - 184 185
23	Pregão do óculos	p. 91 -186
24	Pregão do Papai Noel	p. 91 - 187
25	Pregão do gelado	p. 91 - 144 - 147 - 187 - 188
26	Pregão do aipim	p. 91 - 138 - 141 - 144 145 - 189
27	Pregão da pilha	p. 94 - 190
28	Pregão do bermudão	p. 94 - 147 - 191
29	Pregão do CD DVD	p. 97 - 192 - 193
30	Pregão da alça de silicone	p. 97 - 136 - 138 -145 147 - 193 - 194
31	Pregão de ônibus	p. 106 - 148
32	Pregão de ônibus	p. 104 - 147 - 194
33	Pregão da caneta celebridade	p. 106 - 147 - 195

34	Pregão do Papai Noel	p. 106 - 147 - 195
35	Pregão do Papai Noel	p. 106 - 196
36	Pregão de capa, antena, carregador	p. 107 - 196 - 197
37	Pregão do amolador	p. 109 - 197
38	Pregão do amolador	p. 109 - 197
39	Pregão do amolador	p. 109 - 198
40	Pregão do amolador	p. 109 - 198
41	Pregão do amolador	p. 110 - 198
42	Pregão do amolador	p. 110 - 198 - 199
43	Pregão do amolador	p. 110 - 199
44	Pregão do cartão Telemar	p. 111 - 145 - 199 - 200
45	Pregão do cartão Telemar	p. 111 - 200
46	Pregão do cartão Telemar	p. 111 - 145 - 200
47	Pregão de confeti e jujuba	p. 111 - 113 - 200 - 201 - 202
48	Pregão de confeti e jujuba	p. 112 - 203
49	Pregão do gás	p. 112 - 150 - 203
50	Pregão do gás	p. 112 - 145 - 150 - 203

#### **Pregões gravados no CD B**

1	Pregão do gás	p. 112 - 150 - 204
2	Pregão do gás	p. 112 - 147 - 150 - 204
3	Pregão do gás	p. 112 - 150 - 204
4	Pregão do gás	p. 112 - 150 - 204 - 205
5	Pregão de despertador e estalinho	p. 112 - 205
6	Pregão de despertador e estalinho	p. 112 - 139 - 205 - 206 - 207
7	Pregão da pamonha	p. 147 - 207 - 208