Vida de gaúcho campeiro: apontamentos a partir da cultura regional, mídia e desenvolvimento

Life of a gaúcho: notes from regional culture, media and development

Tiago Costa Martins¹

RESUMO

Práticas singulares, cotidiano, ordenamento do tempo/espaço, percepção identitária, relação arcaico/moderno, especialmente o uso dos dispositivos de comunicação, são elementos constitutivos do mundo social. Para os diferentes agentes sociais, a construção dos significados sofre a refração desses elementos. Tendo por base os preceitos da fenomenologia e da etnometodologia, através de visitas etnográficas, este estudo expõe os processos relacionais entre cultura, mídia e desenvolvimento na vida do segmento social “gaúcho campeiro” (habitante rural do Rio Grande do Sul, Brasil). A concepção interdisciplinar entre sociologia, economia e estudos da mídia remete à compreensão de que esses agentes percebem o desenvolvimento como produtividade, em correlação com o espaço, e pertencimento, associado com a apropriação desse espaço, o modo de vida e os aparatos midiáticos. Assim, para os campeiros, produtividade e pertencimento são elementos performáticos na leitura da região como desenvolvida.

Palavras-chave: região, cotidiano, arcaico/moderno, TICs.

ABSTRACT

Singular practices, everyday routine, time/space ordering, identity perception, archaic/modern relation and the use of communication instruments are constitutive elements of the social world. For the different social agents, the construction of meaning is affected by these elements. Having as basis the precepts of phenomenology and ethnomethodology through ethnographic visits, this study shows the relational processes among culture, media and development in the life of a social segment “gaúcho” (rural inhabitant from Rio Grande do Sul State, Brazil). The interdisciplinary conception among sociology, economy and media studies leads to the comprehension that these agents understand the development as productivity, in correlation to space and belonging, associated to the space appropriation, the life style and the media apparatus. This way, for the gaúcho, productivity and belonging are performative elements in the understanding of a developed region.

Key words: region; everyday life, archaic/modern, ICTs.

¹ Universidade Federal do Pampa, Rua Vereador Alberto Benevenuto, 3200, 97670-000, São Borja, RS, Brasil. Bolsista CAPES/PDSE, nº 18017126. E-mail: tiagomartins@unipampa.edu.br

Introdução

A compreensão da heterogeneidade do país está, sob certa influência, calcada no contexto de vida de cada indivíduo. Quem reside no “interior do interior” do país pode pensar que o Brasil é bem diferente daquele vivido pelos indivíduos residentes nos grandes centros, pois a realidade é bem diferente para um trabalhador rural do interior. No entanto, vive-se, nestas localidades, a influência dos grandes centros, adquirindo-se hábitos culturais que modificam a vida desses indivíduos.

O artigo procura pensar uma inter-relação entre o global e o local, no sentido de entender como se dá a articulação entre o urbano, o global e o moderno com o rural, o local e o arcaico na formação cultural dos gaúchos campeiros, habitantes rurais na região da Campanha do Rio Grande do Sul. Por um lado, o objeto de análise é o território onde se dá a corporeidade da vida desses indivíduos, ou seja, o espaço rural onde se concretizaram as formas, práticas e costumes abstratizadas pelo urbano, pela sociedade, através da inter-relação com a mídia na formação da cultura do campeiro. De outra forma, também procura compreender as categorias tempo/espaço e arcaico/moderno, pois se consideram elementos constitutivos fundamentais que relacionam a base material com a simbólica na vida desses agentes sociais.

Metodologicamente, o estudo parte da análise sociológica compreensiva para entender o sentido dado pelo(s) agente(s) que orienta(m) os seus comportamentos num contexto racional variado em interação com os outros (Guerra, 2012). Nessa ordem, parte-se de uma leitura associativa entre as macroestruturas e os microacontecimentos (práticas e representações). A etnometodologia e a fenomenologia são perspectivas recorrentes no estudo. Principalmente porque a primeira busca compreender como as pessoas entendem o que se diz e o que se faz no curso cotidiano da interação social e a fenomenologia salienta a maneira como a vida social é vivenciada na realidade, ou como as coisas são fenômenos dentro da experiência da realidade. Tais abordagens sugerem a compreensão do contexto de vida. Nesse estudo, isso esteve baseado na região da Campanha, especialmente na área rural dos municípios de Dom Pedrito, Rosário do Sul e Quaraí, contemplando uma pesquisa etnográfica

com o convívio e a realização de entrevistas com dez gaúchos campeiros no ano de 2009. Foram realizadas cinco entrevistas em Dom Pedrito, três em Rosário do Sul e duas em Quaraí.

Assim, a questão que se apresenta é compreender como, numa conjuntura histórica singular e num contexto contemporâneo tão híbrido de antigas práticas e instrumentos e novas tecnologias, os gaúchos campeiros constroem a visão de si, do desenvolvimento e da região. Como sugere Müller (2011), busca-se entender as marcas de dois mundos convivendo em harmonia: aparelhos de rádio, de TV e de DVD, próximos à tesoura de tosquia e aos ferros de marcar o gado; e aparelhos celulares ao lado da faca, presos à guaiaca na cintura do campeiro.

A região da Campanha

A formação histórica do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, é decorrente de uma dinâmica econômica peculiar. Fragmentado em diferentes formas e tipos de povoamento e ocupação, divisão fundiária, atividade econômica e origens culturais, o Rio Grande do Sul constitui um mosaico de processos e representações diferenciadas de desenvolvimento.

A mesorregião do sudoeste riograndense, conhecida como a região predominantemente da Campanha, é um território que exemplifica essa asserção. Especializada na agropecuária de grande latifúndio (principalmente a pecuária extensiva de bovinos, ovinos e equinos e o cultivo de soja), com baixa densidade demográfica e concentração e distribuição de renda desigual, a região é representada como “estagnada” e de parco desenvolvimento econômico.

Base da economia regional, as estâncias² possuem grande importância nesse processo. Desde as primeiras doações de sesmarias e a constituição das estâncias, estava presente a preocupação com a ocupação de terras e a garantia dessa ocupação pela ordenação militar dos próprios estancieiros (Pesavento, 1986). Pelos fatores que representou, há de se conferir uma centralidade social assentada neste primitivo núcleo de produção rural denominada estância, voltada para a figura do estancieiro e circunscrita em torno de sua família, escravos e peões (trabalhadores campeiros).

² Para Xavier (1969, p. 55), “trata-se de um complexo familiar comunal aplicado à criação, que se constitui em linha mestra do desenvolvimento econômico desta região (Campanha) [...] ligada a determinados meios de produção e às suas conseqüentes relações”.

No decorrer dos anos, o trabalhador rural, peão das estâncias, passa a (re)configurar a vida na perspectiva das fazendas. O gado foi visto como uma mercadoria, e, nessa ordem, se baseou todo o processo produtivo do campo, inclusive as relações trabalhistas que envolviam patrão/peão. A Campanha do Rio Grande do Sul, até o início do século XX, situa-se entre as fazendas, a produção de charque e das indústrias frigoríficas da carne (Pesavento, 1986). O trabalhador rural manteve-se constante nessa região, sofrendo transformações gradativas nas relações de trabalho e adaptando seu *modus vivendi* de acordo com a conjuntura de cada época.

A institucionalização das fazendas fez desse homem campeiro uma figura representativa. Na inserção cultural, a região da Campanha tornou-se baluarte de uma identidade cultural representada como homogênea, sendo apropriada no ambiente urbano e no rural, que não possui nenhuma similitude com a identidade oriunda desta região do Estado. As imagens do gaúcho campeiro não são meras coincidências em relação ao “tipo” de gaúcho mitificado pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho e pela mídia, são semelhanças de um modelo cultuado que encontra no homem rural da Campanha um espelho ou, quem sabe, um reflexo.

Mas quando Ieda Gutfreind desprende-se da ideia do gaúcho como um gentílico de quem nasceu no Estado do Rio Grande do Sul ou de uma figura mitificada e o entende como “o habitante de um espaço delimitado à zona da Campanha e como um agente social que constrói, a partir de suas vivências, sua cultura” (Gutfreind, 2006, p. 241), a autora lança as bases para a compreensão destes indivíduos como um tipo sociológico delimitado no tempo e no espaço. Ou seja, esses gaúchos campeiros não estão estanques no tempo e no espaço; houve e há alterações, mas eles conservam determinados traços que os caracterizam peculiarmente³.

Destarte, ao pensar esses campeiros como uma comunidade rural histórica, o estudo compreensivo associa o sentido de desenvolvimento, o território da Campanha

e a relação da mídia no contexto de vida, como elementos correlatos ao significado de desenvolvimento. Entende-se que o processo tem início nas ações sociais e se reflete nas relações sociais estabelecidas.

A constituição da vida do gaúcho campeiro

Os espaços e as circunstâncias de vida dos campeiros possuem pontos que se tornam comuns a essa comunidade rural. A circunstância de vida volta-se para a construção ativa que os gaúchos fazem de si. Isto está representado pela construção do *self*, um processo singular que acaba por resultar numa identidade coletiva e que direciona a forma como esses indivíduos se estruturam no sistema social do qual fazem parte. Desta maneira, lançam-se as bases para compreender como o mundo (social, cultural, histórico e natural), em vez de ser um dado já constituído para o sujeito é, ao contrário, constituído pelo sujeito. Como explica Capalbo (1979, p. 37), “o mundo me aparece sob uma perspectiva determinada e eu organizo em um mundo do qual eu sou o centro. O mesmo ocorre com meu semelhante. Eis então que o mundo social se organiza: eu estou aqui e meu semelhante lá”.

Por outro lado, compreender a centralidade que envolve o espaço, mais especificamente o campo, o galpão e a lida (trabalho), também contribui na compreensão de como esses indivíduos pensam sua constituição diante do mundo que os cerca. Na região da Campanha, por contextos históricos já apresentados, o núcleo populacional ficou concentrado em volta das estâncias, hoje fazendas. De modo geral, na fazenda, há a casa do proprietário e o galpão⁵ que, para muitos gaúchos campeiros, torna-se a “sua casa”. É desta forma que, se na cidade há a casa para

³ Justifica-se, assim, o uso do termo gaúcho campeiro em detrimento de peão campeiro, por exemplo. Este último é definido com um trabalhador rural da região da Campanha. Entende-se que a visão de trabalhador inscreve e/ou limita a compreensão desses indivíduos pela relação de produção. Essa ideia é apresentada com propriedade por Medeiros (1969). Nesse estudo a dimensão econômica tem a mesma relevância que a institucional e a cultural.

⁴ Giddens (2003, p. 58) fala em “ator” ou “agente”, ou seja, o sujeito humano que está localizado no tempo-espaço corpóreo do organismo vivo. Para o sociólogo, “o *self* é a soma daquelas formas de recordação, por meio das quais o agente caracteriza reflexivamente ‘o que’ está na origem de sua ação. O *self* é o agente enquanto caracterizado pelo agente”. Ou, de outra forma, “*self* é um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente. É um projeto que o indivíduo constrói com os materiais simbólicos que lhe são disponíveis, materiais com que ele vai tecendo uma narrativa coerente da própria identidade” (Thompson, 1998, p. 183).

⁵ Sob o olhar regional, o galpão é uma “construção rústica edificada na sede da estância, destinada ao abrigo de homens e animais bem como a guarda de materiais e outras serventias. Possui, geralmente, uma área de chão batido e uma outra assoalhada com madeira bruta para guardar ração, arreios, ferramentas e outros utensílios” (Bossle, 2003, p. 259).

trabalhador urbano, no rural existe o galpão para o trabalhador do campo. O galpão não é galpão se não possuir as seguintes condições: uma churrasqueira ou uma lareira para preparar o alimento e aquecer os dias de inverno; materiais de encilhar cavalo; fármacos para trato animal; cachorros à sua porta e um rádio AM/FM.

Mas, quando se fala em galpão, assim como Roberto DaMatta (1986) fala em casa, não se está falando somente num local de dormitório, refeitório ou de proteção contra as intempéries climáticas. Está se falando, também, num conjunto de objetos, relações, valores e construções que os grupos adquirem e preservam. Há “uma dimensão da vida social permeada de valores e de realidades múltiplas. Coisas que vêm do passado e objetos que estão presentes, pessoas que estão saindo deste mundo e pessoas que a ele estão chegando [...]” (DaMatta, 1986, p. 19).

No entanto, o galpão não ordena um mundo à parte do campo, da estrada, pois está presente na cotidianidade do gaúcho campeiro. O galpão relaciona-se com o campo, numa complementaridade que envolve o viés econômico, a condição social e as percepções culturais. O galpão também revela as regras e condutas que recaem sobre a relação econômica – patrão x peão – e que adquirem uma configuração específica no campo, nas atividades agropastoris. Representam relações de poder existentes como em qualquer outra ordem na qual está presente o capital. O campeiro está ciente, neste caso mais claramente ainda, que sua posição não envolve somente a condição de valores, comportamentos e atitudes. Envolve, e muito, sua relação econômica, seu trabalho sobre a base institucionalizada da fazenda.

Assim, é entre o campo e o galpão que está presente o trabalho. Ou, como dizem os gaúchos, a lida campeira. A rotina da vida está alicerçada nas relações entre o galpão, o campo e a lida. Porém, ao mesmo tempo em que o campo é o mediador entre o galpão (casa) e a lida (trabalho), para o gaúcho campeiro ele se configura no próprio trabalho. Desta forma, pode-se perceber como, inicialmente, estão posicionados esses indivíduos diante das relações sociais e de trabalho: estruturados nos encontros no tempo-espaço em torno do trinômio campo, galpão e lida.

Na relação entre tempo e espaço é que se pode pensar a regionalização nos pensamentos, hábitos e cotidiano como sendo limitada pelo espaço geográfico de vida. Se o espaço está condicionado pelas distâncias, e na Campanha tudo é longe devido à grande quantidade de terra pertencente a cada fazenda, essa mesma distância não é empecilho para relações sociais e nem para uma forma similar de pensamento.

Sobre outro ponto, a constituição da vida do gaúcho campeiro tem uma relação singular com os animais. Bovinos e ovinos são a base da estrutura econômica e do objeto de trabalho. No entanto, a benevolência com os cavalos é saliente. Percebeu-se a relação entre o homem e o cavalo pelo próprio contexto de vida, conferindo não somente uma função econômica, mas uma função social e, quiçá, cultural, deste animal. Vianna (1987, p. 189) contribui com a constatação ao afirmar que

o cavalo corrige, assim, a dispersão social inevitável nessas regiões de planícies infinitas, sujeitas à ação demograficamente centrífuga do pastoreio. Dá, por isso, aos círculos da sociabilidade rural naquela região, uma latitude surpreendente em nosso meio.

Além disso, é sobre o lombo do cavalo que o gaúcho campeiro cria sua ideia de liberdade. Sem grandes barreiras, com boa mobilidade e facilidade em deslocar-se em diferentes velocidades no espaço, percebe-se um forte sentimento de liberdade e de “prazer” que a atividade possibilita. Qual profissão em tempos atuais daria essa oportunidade? O gaúcho sabe do seu compromisso com sua atividade, mas o compromisso vincula-se com a liberdade na realização do trabalho. Notou-se que essa liberdade estava atrelada à ausência do proprietário da fazenda no dia a dia e a possibilidade de não repetir o trabalho num espaço fechado e limitado. Assim, é possível inferir que, na vida dos campeiros, há um sentimento de liberdade associado ao de autonomia. É uma situação que pode ser contrastada com a pressão espacial e psicológica que qualquer profissão na cidade demanda.

Além das ações profissionais do trabalho rural, das práticas que estão perpetuadas no tempo e do entendimento prático da relação com a pecuária (bovinos, ovinos e equinos), é preciso compreender os valores, as condutas e os códigos (principalmente da linguagem) através dos quais esses atores se estruturam, no entendimento que possuem, de serem membros de um grupo peculiar.

O uso de termos de linguagem restrito ao universo de compreensão dos campeiros torna-se um exemplo de diferenciação e de delimitação da regionalização na forma de construir o mundo, estruturar a realidade e manter as relações sociais. As ideias de Alfred Schutz sobre a questão da linguagem, mais especificamente da comunicação social, dão conta que os signos serão tanto mais objetivos quanto mais anônimos forem os interlocutores. Ou seja, quanto maior for o anonimato na relação social (Capalbo, 1979, p. 40). Para os gaúchos campeiros, o anonimato entre

os membros é pífio, o que pressupõe uma significação de contexto muito subjetivo. Ter por ciência a linguagem desses agentes sociais é parte da constituição de suas vidas.

Já o conhecimento prático é fundamental para o entendimento das atividades singulares que definem o campeiro. Os aspectos de diferenciação estão inseridos no próprio contexto de vida desses agentes, e isso não é percebível por eles como possível parâmetro comparativo. Afinal, a rotina está diretamente associada à constituição do “eu” gaúcho campeiro.

Outro ponto de reflexão está nas relações sociais, diante da configuração do tempo e do espaço. A formação de “si” está condicionada pelo sentimento de pertencimento a um grupo que tem, em grande medida, uma história similar. A contextualização das relações sociais auxilia o entendimento desses atores no tempo e no espaço. E tais relações seguem uma ordenação voltada aos familiares, amigos de longa data e de campeiros de fazendas vizinhas. São relações comunitárias, que demonstram um sentimento subjetivo dos atores, de pertencimento afetivo ou tradicional ao mesmo grupo. Mas vale dizer que isso não os coloca numa comunalização hermética das relações.

Essa dinâmica está intimamente ligada com a identidade compartilhada por esses atores. É baseada em um conjunto de objetos comuns, de valores e de experiências que as relações sociais perpetuam em uma identidade coletiva, identidade esta entendida na visão de Thompson (1998, p. 165) como “o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade; é um sentido de pertença, de ser parte de um grupo social que tem uma história própria e um destino coletivo”. Nessas circunstâncias, pensa-se o processo de formação de identidade como Thompson (1998) e Giddens (2005): “nunca pode começar do nada; sempre se constrói sobre um conjunto de material simbólico preexistente que constitui a fonte da identidade” (Thompson, 1998, p. 165).

Mídia e desenvolvimento

O próprio tipo de atividade laboral, institucionalizado pelas presenças das fazendas e pela produção capitalista, não dinamizou a vida no ambiente rural como acontecera com o urbano. Isso está representado, tanto em

formas de vestir e comportamentos quanto em técnicas e aparelhos auxiliares no trabalho dos gaúchos campeiros. Há um ambiente arcaico e outro moderno ao mesmo tempo. No espaço rural, qualquer constatação do moderno apresenta-se saliente, pois vários traços do antigo ainda se conservam fortes no meio. Porém, a constatação maior, neste contexto do arcaico e moderno, está na característica não excludente entre eles. Está numa relação de coexistência e complementaridade.

É com essa paulatina apropriação dos meios tecnológicos que o gaúcho campeiro amplia o entendimento de si, do mundo e das relações sociais. Se, anteriormente, as interações sociais estavam zoneadas no tempo e no espaço, produzindo interações somente face a face, atualmente percebem-se mecanismos de desençaixe que possibilitam uma interação mediada por dispositivos tecnológicos. Vale dizer, Berger e Luckmann (1995) salientam a interação *face to face* como uma abordagem construtivista das relações e realidade social; Giddens (1991) comenta os mecanismos de desençaixe, sumariamente compreendidos como a retirada das atividades sociais dos contextos localizados e reordenados através de grandes distâncias espacotemporais; e Thompson (1998) apresenta o conceito de “socialidade mediada”, aos moldes de uma “interação mediada”.

Como se sugere, o antigo é o trabalho de campeiro. O moderno está em novos aparelhos e novas técnicas. Diante disso, seria um equívoco não procurar compreender melhor como as mídias (celular, TV, rádio e DVD) se relacionam com o gaúcho campeiro. Afinal, é o moderno em consonância com o arcaico, refletindo sobre determinados indivíduos.

Por conta disso, dispositivos tecnológicos como rádio, televisão, telefone e aparelhos de CD/DVD tiveram sua utilização tardia em regiões como o sudoeste gaúcho. O rádio, pela funcionalidade, com baterias auxiliares, fixou-se primeiramente no meio rural. O aparelho é a mídia mais presente no meio, mas o destaque nesse período de uma década é a presença da televisão, que triplicou sua inserção neste espaço⁶.

Ou seja, as mídias consolidaram-se como uma via de informação, de relação social e de formação de opinião e consciência. Em tempos de reflexividade social, é possível perceber como as mídias atuam reflexivamente sobre a forma de pensar, agir e se comportar desses peões, contribuindo ativamente na construção do *self* e no caráter identitário de tais atores. Como

⁶ No Rio Grande do Sul, segundo dados do IBGE de 2006, mais de 95% dos domicílios no Estado possuem rádio e/ou TV. Em geral, dos domicílios gaúchos, 95,9% possuem TVs e 95,6% possuem rádios (Zero Hora, 2006).

sugere Giddens, “viver em uma era da informação, na minha opinião, significa um aumento da reflexividade social. A reflexividade social refere-se à necessidade de estarmos sempre pensando, ou refletindo, a respeito das circunstâncias em que nossas vidas se desenrolam” (Giddens, 2005, p. 540).

Percebe-se que o celular já está inserido no cotidiano da vida do gaúcho campeiro. Se na década de 1980 percebeu-se empiricamente o impacto da TV no campo (Metz *et al.*, 2006, p. 60), hoje pode-se afirmar que o que está gerando uma nova transformação no cotidiano é o celular. Todos os gaúchos campeiros inquiridos no estudo possuem um aparelho de telefonia móvel. Mesmo que o sinal seja pífio, lá está ele ocupando espaço na guaiaca⁷ do campeiro. O celular parece que chegou para facilitar a vida no campo e ampliar as relações sociais.

No que concerne a televisão e ao DVD, estes estavam presente nos diversos galpões cercados por materiais de encilhar cavalo, ferros para marcar o gado, laços, etc. Mais de uma vez foi possível ver vídeos de gineteadas e rodeios. O ofício de domar cavalo, realizado por um dos campeiros, poderia ser visto e comentado diante do aparelho televisivo. Ou seja, uma ação reflexiva do “eu” e a experiência num mundo mediado, sendo esse mundo o “meu” próprio.

No entanto, o cotidiano desse gaúcho e a interação com as mídias vão além dessas ações. Na observação participante, constatou-se que o rádio é a mídia mais presente no dia a dia. Pela manhã, por volta das 6 horas, o rádio fica ligado em uma emissora local, acompanha os gaúchos no chimarrão e informa as notícias do Rio Grande do Sul e da região.

Ao meio-dia, a mídia também é usada como entretenimento e como meio de comunicar mensagens de órgãos localizados na cidade (sindicato rural, bancos, fórum da cidade, etc.). Um ponto em destaque é a transferência de utilidade dessa mídia no campo. Ele já havia sido utilizado como meio de comunicação interpessoal entre famílias. Com a expansão do celular, o rádio (re) configurou sua atuação, deixando de ser meio de recados e convites entre amigos e familiares.

Já a utilização da televisão volta-se para o período da noite. São assistidos programas jornalísticos

das principais emissoras de televisão via satélite (TV Globo, Rede Record e TV Bandeirantes). Os dados comparativos para entender o moderno estão presentes na imagem da televisão. O que é moderno passa na TV. Porém, o que mais chama atenção está no conteúdo que é transmitido.

Isso destaca o papel preponderante do rádio e relativiza a atuação da televisão regional na reflexividade identitária desse agente social. O que acontece, no entender do pesquisador, é que o rádio “nutre” esse processo, mas é com o DVD que tal processo se consolida, através de imagens de gineteadas, rodeios, shows nativistas e festas crioulas.

Mesmo com a parca “noticiabilidade” da região, o gaúcho campeiro demonstra a nuclearidade de como ele pensa e reflete sobre o seu espaço, sua atividade e sua sociabilidade. Ou seja, como sugere Martín-Barbero (2006), a mídia como elemento integrante de sistemas de maior porte, como o econômico, o cultural e o político.

Singularmente, é possível inferir uma compreensão de como as mídias atuam na ordenação reflexiva. Assim como o arcaico e o moderno estão relacionados, é preciso pensar as mídias da mesma forma. O uso dos meios está relacionado com o contexto e o conteúdo (texto). Sugerir uma centralidade midiática pressupõe ignorar todo o contexto do espaço vivido e das relações existentes.

No entanto, ignorá-la é uma atitude por demasiada errada. A mídia atua como mediadora das formas de se constituir como sujeito e comunidade, articulando a construção, o ordenamento e a interpretação do mundo e dos seus significados.

É nesse contexto que o que se considera central são as mediações e, principalmente, o conteúdo transmitido⁸: as notícias que refletem tanto o contexto de vida quanto as situações econômicas, a estrutura cultural e identitária que fazem parte do “eu” gaúcho campeiro.

É assim com o celular, que se volta para as relações sociais de cada gaúcho. Da mesma forma é com o rádio, que remete para as informações locais e regionais, além de mediar um processo identitário, através da música regional. E não é diferente com a televisão, quando denuncia o caráter ativo do gaúcho campeiro ao escolher aquilo que mais lhe chama atenção na hora de

⁷ “Cinto largo de couro macio, com uma ou duas fivelas, bolso para relógio à esquerda, uma bolsinha para moedas, um bolso maior às costas e meio coldre de lado de laçar” (Bossle, 2003, p. 273).

⁸ Martín-Barbero (2006) trata do assunto quando sugere o deslocamento dos meios para as mediações. Existem estruturas que condicionam a recepção dos meios massivos e, de outra forma, os mesmos meios se tornam mediadores que condicionam a interação das (entre) pessoas e das formas simbólicas.

assisti-la: notícias gerais, mas, principalmente, imagens, realidades e conteúdo próximo da compreensão de vida e do seu cotidiano.

A mediação que envolve as vidas desses agentes sociais desloca a centralidade da mídia e sugere a importância do território e da atividade laboral para a compreensão de si e do mundo. Assim, pode-se sugerir que a centralidade não está na mídia, mas na reflexividade social que o seu conteúdo produz. Os gaúchos campeiros são exemplos de que, diante do amplificado fluxo informacional, que adentrou no urbano e no rural, não é possível habitar o mundo sem algum tipo de “ancoragem territorial”.

Já que é no lugar, no território, que se desenrola a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade – a história – da ação coletiva, base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características da comunicação humana, pois, mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito tecido das proximidades e das solidariedades (Martín-Barbero, 2003, p. 58).

A forma determinada da experiência de si, as sociabilidades, a ordenação do tempo e espaço e a condição cultural são prismas que atuam e condicionam as “esferas delimitadas de sentido” produzidas pelos indivíduos sobre a realidade.

Estruturado numa perspectiva comunitária, a constituição do gaúcho campeiro, enquanto agente reflexivo, segue uma dinâmica de entendimento condizente com a situação de vida. As representações possíveis de objetos, palavras e ações se inscrevem em diferentes formas e situações do ator reflexivo. É nessa ordem que, por exemplo, na obra clássica de Miguel de Cervantes, Dom Quixote vê numa bacia o escudo miraculoso de Mambrino e Sancho Pança apenas uma bacia comum de barbeiro. Pois, como entende Alfred Schütz, as “diversas fases das aventuras do Dom Quixote são variações cuidadosamente elaboradas do tema principal, ou seja, de que forma experimentamos a realidade. [...] Dom Quixote vivia num mundo da cavalaria e era a esse mundo que ele confere o valor da realidade” (Schütz, 1983, p. 193).

Pelo seu contexto de realidade, que na região da Campanha tem em destaque as peculiaridades históricas e a reduzida estrutura social, o campeiro constitui significados e construções sociais de acordo com sua existência cotidiana, posição biográfica e o lugar que ocupa nesse “universo”. É nesta base que deve ser pensado o entendimento de desenvolvimento expresso pelos gaúchos campeiros.

O sentido de desenvolvimento e a correlação com a mídia

O sentido de desenvolvimento está inserido no ambiente rural da produção agropecuária. Assim, para todos os campeiros inqueridos na pesquisa, desenvolvimento remete à perspectiva de produtividade. Ter produção e explorar o espaço e a atividade é ser desenvolvido.

O vínculo com a categoria “espaço” é esclarecedor. Para os campeiros, quanto maior o espaço, maiores são as condições de engordar os animais e, conseqüentemente, maior produtividade de carne. Sendo assim, compreender a noção de desenvolvimento formulada por esses agentes vai ao encontro da perspectiva de otimizar os recursos disponíveis no espaço vivido. Tais recursos estão direcionados para o contexto de vida e a formação socioeconômica da região. Se o tempo e o espaço são vividos e utilizados na busca de uma maior produtividade, então a Campanha do Rio Grande do Sul é considerada desenvolvida pelos gaúchos campeiros da pesquisa.

A análise da cotidianidade, do tempo/espaço, arcaico/moderno e da constituição de “si” reflete uma interpretação de desenvolvimento coerente com a vida desses gaúchos. Mas será que o estudo de outros indivíduos, tendo os mesmos critérios de compreensão, não poderia concluir que o território não fosse desenvolvido? Para os gaúchos campeiros, o espaço da Campanha se torna um território de orgulho e pertencimento. Porque eles entendem que fazem parte e dão sustentação a essa condição. Ou seja, se a região se “sustenta”, muito se deve ao desempenho desses atores sociais.

Além disso, essa situação é dinamizada pela mídia, e novamente a relação do conteúdo midiático com o gaúcho é central para essa reflexividade do pertencimento deste indivíduo em relação ao território. Se eu estou “refletido” na mídia, com orgulho por pertencer a um território, como poderia pensá-lo como não desenvolvido se eu faço parte dessa história, desse orgulho? Essa indagação é sugerida na medida em que se relacionam o espaço, a cultura do campeiro e o conteúdo midiático que ele assimila e reflete.

A cultural regional relaciona-se com o arcaico e moderno num processo de complementaridade. O hibridismo entre categorias insere-se no cotidiano dos atores sociais, sem deixá-los deslocados do seu contexto de vida e, principalmente, refletindo tudo o que pode ser considerado como elemento de pertencimento e diferenciação, exposto tanto pela ausência quanto presença do arcaico/moderno.

Ou seja, a presença de formas arcaicas é reflexiva para diferenciar o campeiro e a ausência de práticas modernas também. Quando as formas modernas estão presentes, como a televisão, elas são direcionadas para uma atitude de diferenciação e um conteúdo reflexivo de pertencimento.

As mídias demonstram ser uma prótese midiática, uma extensão do humano (Sodré, 2002). Porém, para o homem do campo, como é o campeiro, a mídia representa ser uma extensão do rural, na qual o que parece ser extensivo é o contexto de vida desses indivíduos. Assim, a cultura regional, saliente no trabalho rural e na cultura camponesa específica, demarca uma seleção significativa na apropriação dos conteúdos midiáticos. O gaúcho cria a expectativa de, através das notícias e do entretenimento disponibilizados pelas mídias, reafirmar sua noção de pertencimento e orgulho em fazer parte do território⁹, e assim o define como desenvolvido.

Assim, a compreensão das práticas e rotinas, ou do mundo da vida cotidiana, é, para os gaúchos campeiros, elucidativo para a significação do desenvolvimento. O entendimento desse mundo e dos significados por ele criado reafirma a necessidade do deslocamento de visões, como esclarece Schütz:

O mundo da vida cotidiana, com suas coisas e ocorrências, suas relações causais de leis naturais, seus fatos sociais e instituições, é somente imposto sobre nós, que nós podemos compreendê-lo e dominá-lo apenas a um nível muito limitado, que o futuro permanece aberto, não revelado e indiscernível, e que nossa única esperança e orientação é a crença de que só poderemos chegar a um acordo com este mundo, apesar de todos os objetivos práticos e bons, se nos comportarmos como os outros, se assumirmos que o que os outros acreditam está além de qualquer questionamento (Schütz, 1983, p. 211).

Conclusão

O estudo sobre os gaúchos campeiros mostra que a noção do espaço, das distâncias e proximidades, condi-

ciona as relações humanas e a construção de mundo desses indivíduos. É no espaço contextualizado pela presença do campo, da lida, do galpão, da casa (ora sua, ora do patrão), do bolicho e da fazenda vizinha que circula a vida dos campeiros, fazendo parte do cotidiano e das rotinas e ordenando relações econômicas, sociais e culturais.

É nessa construção do universo espacial e de relações dos gaúchos que a temporalidade se estrutura de forma peculiar. Por um lado, pelo tipo de trabalho e pela presença de grandes extensões de terra, no qual o trabalho se efetiva, há um condicionamento na forma de se relacionar com o tempo. De outra forma, o acesso às informações sugere um estar no tempo similar a qualquer indivíduo de uma cidade.

A presença da moderna estrutura midiática é percebida como destaque na vida desses agentes sociais, não sobre o ponto de considerá-la acima das questões da estrutura espacial, mas para entendê-la na relação com o tempo, o arcaico/moderno, a construção de “si” e de uma coletividade e do significado de desenvolvimento. A mídia deve ser pensada no contexto da vida cotidiana, numa correlação entre o conteúdo e o campeiro, por meio de sua domesticidade (Silverstone, 2005). O contexto de vida, como se sugeriu, volta-se muito para os aspectos centrais: o trabalho (lida campeira), relações sociais e condição identitária/cultural.

Se os indivíduos assimilam ou rejeitam a mídia por contextos específicos, foi conclusivo nesse estudo pensar a mídia relacional ao *bios* no qual se configuram os campeiros. Assim, através da condição peculiar de vida é que ela se territorializa, assentada na base do capitalismo e da ordem social e cultural com as quais os indivíduos se contextualizam. Quando foi possível compreender o *bios* desses indivíduos e a perspectiva de desenvolvimento empreendida por eles, foi viável entender a interação com os dispositivos midiáticos.

O rádio é o meio que transmite mais informações sobre o desenvolvimento do campo e da região. Por outro lado, ele reafirma um sentimento de pertencimento ao território. Pelo seu conteúdo, tal mídia potencializa o orgulho de ser, estar e permanecer num espaço de vida que os torna fundamentais para a manutenção do desenvolvimento.

A TV exerce a mesma função, quando possibilita ao gaúcho campeiro escolher o conteúdo. Assistir ao Canal

⁹ Essa consideração assemelha-se muito com as constatações realizadas por Ronsini (2001). Segundo ela, a recepção, no universo de pequenos produtores rurais, do conteúdo midiático para homens e mulheres, ocorre de maneira diferenciada. “O homem parece buscar aquilo que lhe é pertinente, isto é, o que afeta a sua vida concreta, ou o que diz respeito a algum tipo de atividade realizada. Ele espera no entretenimento ou na informação confirmar sua ideia de permanecer na terra como lavrador, pois, entre outros motivos possuir a terra lhe é motivo de orgulho” (Ronsini, 2001, p. 94).

Rural, Terra Viva, etc. é voltar-se para o contexto da produtividade, para o desenvolvimento endógeno no qual os campeiros surgem. Assistir ao Galpão Crioulo, DVDs de ginetas, rodeios e festivais significa reafirmar o orgulho de ser campeiro e de habitar o espaço da Campanha do Rio Grande do Sul.

A mídia amplia a reflexividade de “si”, do seu e dos “outros” universos de vida. O rádio, a TV e o aparelho de DVD estão inseridos no cotidiano desses indivíduos e o celular está em processo adaptativo. Como ocorreu com os outros dispositivos, há uma adaptação da mídia ao campeiro, e vice-versa.

É nessa contextualização territorial e midiática de vida que o significado de desenvolvimento tomou forma com os gaúchos campeiros. Para esses atores sociais, a noção de desenvolvimento está ligada à perspectiva de produtividade. Voltado para o contexto de vida, onde há produtividade na pecuária e agricultura, há desenvolvimento. Essa correlação, no que tange à consciência prática, é a que se transforma em discursiva e remete a uma significação endógena no modo de ver o desenvolvimento.

Por fim, a associação do desenvolvimento como produtividade, potencializada pelos aparatos midiáticos remeteu a noção de desenvolvimento como *pertencimento*. Por isso, a compreensão desses atores sociais em correlação com o território e o modo de vida foi fundamental. Ser o baluarte do tipo de atividade empreendida na Campanha torna esses agentes corresponsáveis pela definição da região como desenvolvida. Não seria condizente sugerir a Campanha como não sendo desenvolvida se o campeiro é um ator protagonista nesse território. O lugar de residência é o que, em sua maioria, define o seu pertencimento. Néstor García Canclini, ao comentar o paradoxo que envolve o lugar e o pertencimento, sugere que o primeiro já não é suficiente para definir o segundo. Ele entende que não é possível compreender esse paradoxo “por meio de uma antropologia para a qual o objeto de estudo são as culturas locais, tradicionais e estáveis” (Canclini, 2007, p. 56), e ainda sentença que as culturas são como locais de residência e viagem.

No entanto, a realização desta pesquisa possibilitou a percepção de uma outra realidade, que, arrisca-se dizer, diante da parca mobilidade espacial dos gaúchos campeiros, os locais de viagem restringem-se ao acesso midiático. Canclini mesmo comenta a constatação quando passa a sugerir nas páginas seguintes de sua obra, que a “interculturalidade hoje se produz mais por meio de comunicações midiáticas que por movimentos migratórios” (Canclini,

2007, p. 73). E é nesse contexto que se compreendeu a efetivação da vida dos gaúchos campeiros no Estado do Rio Grande do Sul, Brasil.

Referências

- BERGER, P.; LUCKMANN, T. 1995. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 12ª ed., Petrópolis, Vozes, 247 p.
- BOSSLE, J.B.A. 2003. *Dicionário gaúcho brasileiro*. Porto Alegre, Artes e Ofícios, 541 p.
- CANCLINI, N.G. 2007. *A globalização imaginada*. São Paulo, Iluminuras, 224 p.
- CAPALBO, C. 1979. *Metodologia das ciências sociais: a fenomenologia de Alfred Schutz*. Rio de Janeiro, Antares, 102 p.
- DaMATTA, R. 1986. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro, Rocco, 126 p.
- GIDDENS, A. 1991. *As consequências da modernidade*. São Paulo, Editora UNESP, 177 p.
- GIDDENS, A. 2003. *A constituição da sociedade*. 2ª ed., São Paulo, M. Fontes, 458 p.
- GIDDENS, A. 2005. *Sociologia*. 6ª ed., Porto Alegre, Artmed, 600 p.
- GIDDENS, A. 1997. A vida numa sociedade pós-tradicional. In: U. BECK; A. GIDDENS; S. LASH, *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo, Editora UNESP, p. 73-133.
- GUERRA, I.C. 2012. *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Parede, PT, Principia, 95 p.
- GUTFREIND, I. 2006. O gaúcho e sua cultura. In: N. BOEIRA; T. GOLIN (coord.), *História Geral do Rio Grande do Sul*. Passo Fundo, Méritos, vol. 1, p. 241-254.
- MARTÍN BARBERO, J. 2003. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: D. MORAES (org.), *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*. São Paulo Record, p. 57-86.
- MARTÍN BARBERO, J. 2006. *Dos meios às mediações*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 360 p.
- MEDEIROS, L.T. de. 1969. *O peão de estância: um tipo de trabalhador rural*. Porto Alegre, Instituto de Estudos e Pesquisas Econômicas da UFRGS, 124 p.
- METZ, L.S.; OSORIO, P.L. da S.; GOLIN, T. 2006. *Terra adentro*. Porto Alegre, Arquipélogo Editorial, 178 p.
- MÜLLER, K.M. 2011. Prefácio. In: T.C. MARTINS, *Vida de gaúcho campeiro: cultura regional, mídia e desenvolvimento*. Jundiaí, Editorial Paco, p. 11-13.

- PESAVENTO, S.J. 1986. *Pecuária e indústria: formas de realização do capitalismo na sociedade gaúcha no século XIX*. Porto Alegre, Editora Movimento, 79 p.
- RONSONI, V.V.M. 2001. Mulheres e melodrama: sonhos vicários e vida rural. In: A.C.M. da SILVEIRA; V.M. RONSINI, *Representação e identidade: três estudos em Comunicação*. Santa Maria, FACOS/FIPE/UFMS, p. 81-106.
- SCHÜTZ, A. 1983. Dom Quixote e o problema da realidade. In: L.C. LIMA, *Teoria da literatura em suas fontes*. 2ª ed., Rio de Janeiro, F. Alves, p. 191-213.
- SILVERSTONE, R. 2005. Mídia e vida cotidiana: elementos para uma teoria da mediação. Entrevista concedida a Veneza Mayora Ronsini. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 28(2):127-136.
- SODRÉ, M. 2002. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, Vozes, 268 p.
- THOMPSON, J.B. 1998. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 8ª ed., Petrópolis, Vozes, 261 p.
- VIANNA, O. 1987. *Populações meridionais do Brasil: o campeador rio-grandense*. Niterói, Eduff, 256 p.
- XAVIER, P. 1969. As estâncias. In: A.C. KREMER *et al.*, *Rio Grande do Sul: terra e povo*. 2ª ed., Porto Alegre, Editora Globo, p. 75-87.
- ZERO HORA. 2006. Como é a casa do gaúcho. Porto Alegre, 16 set.

Submetido: 08/08/2012

Aceito: 26/11/2012