

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA MÍDIA E IDENTIDADES CONTEMPORÂNEAS

Mauricio Rebellato

**O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS
MEDIÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA**

SANTA MARIA, RS
2021

Mauricio Rebellato

**O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS
MEDIAÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Comunicação.**

Orientadora: Prof^ª Dr^ª. Veneza Mayora Ronsini

**SANTA MARIA, RS
2021**

REBELLATO, MAURICIO
O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS
MEDIÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA /
MAURICIO REBELLATO.- 2021.
161 p.; 30 cm

Orientadora: Veneza Mayora Ronsini
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2021

1. Classe Social 2. Identidade 3. Consumo de mídia 4.
Agricultura Familiar 5. Economia Solidária I. Mayora
Ronsini, Veneza II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFPM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, MAURICIO REBELLATO, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-graduação em Comunicação

A Comissão examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

**O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS
MEDIÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA**

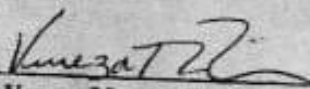
elaborada por
MAURICIO REBELLATO

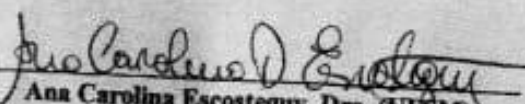
Aprovada em 08 de abril de 2021


Como requisito parcial para obtenção do título de:

Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:


Veneza Mayora Ronsini, Dra. (UFSM)
Presidente/Orientadora


Ana Carolina Escosteguy, Dra. (UFSM)


Cátia Grisa, Dra. (UFRGS)

Santa Maria, 08 de abril de 2021

AGRADECIMENTOS

De forma muito carinhosa agradeço à minha mãe Leoní e ao meu pai Moacir, agricultores, que assim como todos os pais e mães, também agricultores, que foram acompanhados nesta pesquisa, nunca deixam de medir esforços para que os filhos realizem seus sonhos. À minha irmã Cláudia, pelo apoio constante e ainda, à minha tia Justina, pela partilha de seu conhecimento.

À minha orientadora, professora Dra. Veneza Ronsini, pelo conhecimento que em nenhum momento deixou de compartilhar, pelas reflexões proporcionadas, por acreditar no meu Projeto e principalmente, por abrir horizontes acadêmicos e teóricos, que refletem diariamente na minha prática profissional e acadêmica.

Aos amigos, colegas mestrandos e doutorandos do POSCOM e pesquisadores do Grupo Usos Sociais da Mídia, fundamentais nas partilhas de angústias acadêmicas durante o ano da pandemia. Àqueles colegas, parceiros de disciplinas presenciais com os quais consegui dividir muitas cuias de chimarrão durante as aulas.

Às professoras Ana Carolina Escosteguy e Cátia Grisa pela disponibilidade e ajuda oferecida durante a Banca de Qualificação do mestrado.

Aos demais professores e profissionais do Poscom da UFSM, pelas contribuições neste processo, em especial ao professor Guilherme Curi por estar presente no Grupo de Pesquisa durante o ano de 2020.

Aos colegas de trabalho da RBS TV Santa Maria, pela disponibilidade de ajustes quando necessário, para que eu fizesse o mestrado, bem como, pela compreensão sobre conciliar trabalho e estudo.

E ainda, aos agricultores participantes do Projeto Esperança/Cooesperança e a Irmã Lourdes Diel. Primeiro por acreditarem em um mundo mais justo e solidário e, por aceitarem participar da minha pesquisa.

“Muita gente pequena, em muitos lugares pequenos, fazendo coisas pequenas, mudarão a face da Terra”(Provérbio Africano que norteia as ações do Projeto Esperança/Cooesperança).

RESUMO

O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS MEDIAÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA

AUTOR: Mauricio Rebellato
ORIENTADORA: Dra. Veneza Mayora Ronsini

Esse trabalho é um estudo etnográfico sobre o consumo de mídia por agricultores familiares de Santa Maria/RS, participantes do Projeto Esperança/Cooesperança e que se organizam através do Movimento Social de Economia Solidária. Essa pesquisa tem como fio condutor a mediação da classe social, entendida como chave para a compreensão das relações entre a construção da identidade de classe, o contexto sociocultural e o consumo dos meios de comunicação. O principal objetivo está em compreender qual o papel do consumo de mídia, mediado pela economia solidária e pela classe social, na formação da identidade de classe dos agricultores familiares. Buscamos, durante os dois anos de pesquisa, responder ao seguinte problema de pesquisa: como o consumo de mídia, mediado pelo movimento social da economia solidária, modula a construção da identidade de classe das famílias de agricultores familiares? Para isso, fundamentamos a pesquisa nos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos, através do conceito de classe social (BOURDIEU, 1984) e a Teoria das Mediações de (MARTÍN-BARBERO, 2003) a partir da socialidade e ritualidade. Utilizamos o método da etnografia crítica da recepção (RONSINI, 2011), e demais técnicas a partir de uma combinação multimetodológica (BONIN, 2014). Os resultados dessa pesquisa, mostram que as mediações da socialidade e da ritualidade também se revelam fundamentais para a compreensão dos resultados, sendo que a classe social e a economia solidária determinam as práticas e o modo de vida dos agricultores familiares. A participação no movimento de economia solidária, por sua vez, modela o cotidiano familiar e incide no capital econômico e cultural dos agricultores. A presença do capital cultural midiático (RONSINI, 2012) se revela em função da incorporação, cada vez maior, dos meios de comunicação para o uso no trabalho do campo. Por fim, destacamos que a identidade de agricultores familiares se constrói, por um lado, em continuidade e ruptura com a identidade camponesa; por outro, como meio de valorização cultural e social, com mínima contrapartida de valorização econômica.

Palavras-chave: Classe Social; identidade; consumo de mídia; agricultura familiar; Economia Solidária.

ABSTRACT

MEDIA CONSUMPTION BY FAMILY AGRICULTURE AND MEDIATIONS SOCIAL CLASS AND SOLIDARY ECONOMY

AUTHOR: Mauricio Rebellato
ADVISER: Dra. Veneza Mayora Ronsini
Santa Maria, April, 08, 2021.

This work is an ethnography study about media consumption by family agriculture of Santa Maria/RS, participants in the Project Esperança/Cooesperança and who are organized through the social movement of the Solidary Economy. This research is guided by the mediation of social class, understood as a key to understanding the relationships between the construction of class identity, the socio-cultural context and the consumption of the media. The main objective is to understand the role of media consumption, mediated by the solidary economy and by the social class, in the formation of the family agriculture class identity. We sought, during the two years of research, to answer the following research problem: How does media consumption, mediated by the social movement of the solidary economy, modulate the construction of the class identity of family agriculture' families? For this, we base research on British and Latin American Cultural Studies, through the concept of social class (BOURDIEU, 1984) and the Theory of Mediations (MARTÍN-BARBERO, 2003) based on sociality and rituality. We used the method of critical ethnography reception (RONSINI, 2011), and other techniques based on a multimethodological combination (BONIN, 2014). The results of this research show that the mediations of sociality and rituality are also fundamental to the understanding of the results, with the social class and the solidary economy determining the practices and the way of life of family agriculture. Participation in the solidary economy movement, in turn, mould family life and affects the economic and cultural capital of farmers. The presence of media cultural capital (RONSINI, 2012) is revealed due to the increasing incorporation of means of communication for use in field work. Finally, we emphasize that the identity of family agriculture is built, on the one hand, in continuity and rupture with the peasant identity; on the other hand, as a means of cultural and social valorization, with a minimum counterpart of economic valorization.

Keywords: Social Class; Identity; Media Consumption; Family agriculture; Solidary Economy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa das mediações comunicativas da cultura.....	51
Figura 2 - Entrevista com a Coordenadora do Projeto Esperança/Coesperança em Janeiro/2020.....	67
Figura 3 - Trabalho na agroindústria.....	72
Figura 4 - Página criada no facebook para comercializar os produtos.....	74
Figura 5 - Espaço de trabalho na feira.....	76
Figura 6 - Casa da família, no interior de Santa Maria, à direita uma das hortas onde cultivam os produtos.....	79
Figura 7 - Local de assistência da televisão na sala, meio consumido por todos os familiares.....	81
Figura 8 - Márcia usando um aplicativo de mensagens.....	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Inserção de tecnologias de comunicação no campo e na cidade.....	46
Tabela 2 - Bens de consumo da família 1.....	73
Tabela 3 - Bens de consumo da família 2.....	80
Tabela 4 - Bens de consumo da família 3.....	84
Tabela 5 - Resumo do consumo de mídia dos informantes.....	107
Tabela 6 - Panorama das percepções dos receptores sobre a representação midiática do rural	116

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 O MEIO RURAL: UM LOCAL DE DISPUTAS E CONSENTIMENTOS	20
2.1 AGRICULTORES FAMILIARES: UMA CLASSE TRABALHADORA	25
2.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA E AÇÃO COLETIVA	35
2.3 A IDENTIDADE DE CLASSE E A VALORIZAÇÃO DO RURAL	40
3 USOS E APROPRIAÇÕES DA MÍDIA NO MEIO RURAL	43
3.1 A MÍDIA E AS REPRESENTAÇÕES DE CLASSE.....	43
3.2 MÍDIA E MEIO RURAL	45
3.3 A PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES	48
3.4 CATEGORIAS TEÓRICAS DE ANÁLISE.....	50
4 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS	54
4.1 ETNOGRAFIA CRÍTICA DO CONSUMO.....	55
4.2 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS.....	56
4.3 A SELEÇÃO DOS INFORMANTES E OS CRITÉRIOS DE CLASSE	59
5 RESULTADOS DA PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS.....	62
5.1 O PROJETO ESPERANÇA/COOESPERANÇA: “UMA EXPERIÊNCIA APRENDENTE E ENSINANTE”	64
5.1.1 As práticas seguidas pela coordenação do projeto	67
5.2 FAMÍLIA 1	70
5.3 FAMÍLIA 2	77
5.4 FAMÍLIA 3	83
5.5 DIFERENÇAS E SIMILITUDES ENTRE AS FAMÍLIAS	85
5.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	88
5.6.1 Socialidade.....	88
5.6.1.1 Família	89
5.6.1.2 Escola e amigos	93

5.6.1.3 Trabalho	97
5.6.1.4 Economia Solidária	101
5.6.2 Ritualidade: “modos de ver,ler, ouvir e interagir”	106
5.6.2.1 A ritualidade a partir da leitura feita pelos agricultores sobre as representações midiáticas do rural	112
CONCLUSÃO.....	120
REFERÊNCIAS	128
APÊNDICE A	134
APÊNDICE B.....	137
APÊNDICE C	141

1 INTRODUÇÃO

Ainda lembro que quando criança ouvia histórias de quatro famílias. Três delas, formadas por imigrantes italianos e a outra, por alemães. Todas vindas para o Brasil em busca de melhores condições de vida. Meus pais contavam que aqui essas famílias se estabeleceram em pequenos lotes de terra e trabalharam como produtores rurais, amparados na mão de obra familiar. As quatro famílias tinham como sobrenomes: Rebellato, Benini, Ubessi e Walker. O trabalho desses imigrantes no meio rural se perpetuou por mais duas gerações, até chegar em meus pais. Minha mãe foi criada no campo, com mais três irmãos, apenas uma, hoje, com formação superior. Meu pai e mais sete irmãos, também foram criados no meio rural, todos pequenos agricultores familiares até hoje e nenhum com Ensino Fundamental completo. Esse relato, que é também uma motivação pessoal à essa pesquisa, é a história da minha família¹.

Na localidade do interior, distante 20 quilômetros da cidade de Ibirubá/RS, onde morei até os 14 anos, ouvi muitas dessas histórias sobre as desigualdades econômicas e estruturais enfrentadas por meus pais, avôs e bisavôs e, também, por famílias de vizinhos. Em comum, as dificuldades impostas através de políticas governamentais que não atendiam aos pequenos agricultores, relações de conflito com donos de terra com maior poder aquisitivo, agências bancárias que nem sempre priorizavam o pequeno agricultor em suas políticas de crédito, a falta de oportunidades para seguir com os estudos no campo e o distanciamento da cidade e da tecnologia. De forma sucinta, podemos definir o momento atravessado por meus familiares e tantos outros pequenos agricultores, como um período em que nacionalmente havia disputas entre diferentes grupos sociais em função, ou das reformas de base, ou da modernização da agricultura. Entre essas disputas, destacamos a que ocorreu nas décadas de 1950 e 1960 (GRISA; SCHNEIDER, 2015). De um lado, acadêmicos vinculados a partidos de esquerda, políticos vinculados ao governo de João Goulart, e ainda, movimentos sociais, como as Ligas Camponesas, União dos Lavradores e Trabalhadores Agrícolas do Brasil, Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura, estes defendiam um conjunto de reformas de base, como a reforma agrária, visando dinamizar o mercado interno. Contrapondo-se a esta opção, estavam as elites agrárias, acadêmicos de direita vinculados a economistas da Universidade de São Paulo e militares que tomaram o governo federal, outro referencial setorial foi institucionalizado no Brasil, orientado pela modernização tecnológica da agricultura

¹ O início desse texto é apresentado em primeira pessoa em função de ser um relato do próprio autor.

Foi assim até a década de 1980, época que beneficiou, principalmente, os médios e grandes agricultores das regiões sul e sudeste do País. Durante todos esses anos, os agricultores familiares não encontraram espaço à conquista de políticas públicas específicas para o meio rural, algo que só foi acontecer com o debate constituinte em 1988 e efetivamente com a institucionalização através de decreto do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar em 1996, o PRONAF, que se delineou como uma política de crédito rural. Mas mesmo com essa política, os problemas sociais e estruturais persistem e se acentuam.

À medida que os anos passaram e fui crescendo, ouvi e li outras histórias referentes às disputas sociais e econômicas e às desigualdades sociais, que perpassam gerações. Da mesma forma, passei a contar muitas histórias, enquanto repórter de televisão, principalmente nas regiões noroeste e central do Rio Grande do Sul. Histórias que envolvem o cotidiano dos agricultores familiares, as dificuldades que eles enfrentam no meio rural, formas diferenciadas de associações através dos modelos cooperativistas, estratégias de novas atividades econômicas no campo, como o turismo rural e, inclusive, as experiências em Economia Solidária da Região Central do Estado, objeto de estudo dessa pesquisa.

Essa sociedade de classes, através das lutas entre elas, é como define Éder (2002) uma estrutura que traduz desigualdade e poder em diferentes oportunidades de vida e para diferentes categorias de indivíduos. De acordo com Martín-Barbero (2003), a classe social dos indivíduos pode ser considerada a mediação que articula os elementos identitários, que expõe as formas de dominação e que determina a construção do cotidiano das pessoas.

Assim, reforça-se a importância de pensar sobre classe social em uma sociedade como a brasileira, em que a desigualdade social ainda é tão presente. Entre tantos estudos e relatórios que são divulgados todos os anos, apresentamos apenas para reflexão, o mais recente levantamento do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, divulgado em dezembro de 2020. Conforme o levantamento, o Brasil caiu cinco posições no ranking do índice de Desenvolvimento Humano e é o 84º dos 189 países acompanhados em índices como renda, educação e expectativa de vida ao nascer. Desse modo, não podemos ignorar o fato de que as dinâmicas de pertencimento às classes estão relacionadas aos modos como a desigualdade é (re)produzida. No meio rural, as condições de infraestrutura e a falta de acesso, principalmente ao capital cultural, parecem acentuar ainda mais essas desigualdades, mesmo após a institucionalização de Programas e Políticas voltadas para os agricultores familiares especialmente entre 2003 e 2011.

Diante dessas diferenças e do interesse da pesquisa, consideramos a relação entre mídia, sociedade e cultura para estudar os imbricamentos que se instauram por meio das relações

sociais mediadas pelos meios de comunicação a partir da teoria de Martín-Barbero (1987). Voltamos o olhar sobre os modos como se naturalizam as práticas dos receptores, atravessadas pela mídia, colocando a cultura como ponto de partida para compreender as relações sociais e estruturais.

Reconhecemos, através dos Estudos Culturais Latino-Americanos e Britânicos, que os processos comunicativos envolvem diversas instâncias que atuam na estrutura social, na formação das representações e na construção da identidade de classe. Essas forças, podem ser sujeitos, instituições, estruturas econômicas, políticas e culturais. Desse modo, como parte integrante desse sistema complexo, a instituição da mídia exerce um poder importante na vida dos indivíduos e, através das diversas formas da cultura veiculadas, influencia as pessoas a identificarem-se com determinadas ideologias, posições, representações sociais e políticas. É pela mídia que se criam processos de mudanças socioculturais (COULDRY, 2012), pois essa, pode ser considerada um setor em ação nas operações cotidianas da produção política e da deliberação pública. Esse debate, também proposto por Kellner (2001), afirma ainda que a cultura da mídia fornece elementos pelos quais os indivíduos constroem o sentido de classe e etnia.

O modo como se experimenta a vida em sociedade deriva de estruturas que regem e norteiam o comportamento humano, onde a escola, a família, a mídia, a religião, etc., desempenham um importante papel no desenvolvimento das estruturas. Assim, a construção da identidade do indivíduo dependerá da constituição de um *habitus* e dos diversos capitais disponíveis, o que vai determinar posições e lugares específicos dentro da sociedade. A legitimidade de uma classe, portanto, depende da construção de uma identidade como processo de classificação dos grupos em categorias socialmente construídas a partir de elementos culturais (BAUMANN, 2005) valorizados ou desvalorizados socialmente.

Nesta pesquisa não discutimos sobre as diferentes abordagens que o uso dos termos audiência, recepção ou consumo pode suscitar (RONSINI, 2007), pois consideramos a atividade interpretativa dos usuários das tecnologias de comunicação e informação, através de uma análise integral do consumo. Estamos interessados em compreender os usos e apropriações da oferta midiática e combinamos a perspectiva dos Usos Sociais com a do Consumo Cultural.

Neste trabalho, refletimos sobre a construção da identidade de classe dos agricultores familiares, pautada na organização do grupo na forma de um movimento social. A ação coletiva viabiliza formas de organização e expressão de demandas sociais, políticas e culturais, apesar das diferenças socioeconômicas (tamanho da propriedade rural e renda), de idade e gênero.

O tema desta dissertação versa sobre o consumo de mídia de agricultores familiares participantes do Projeto Esperança/Coesperança, que é vinculado à Arquidiocese de Santa Maria e a Cáritas Brasileira². O Projeto criado há 30 anos, pode ser considerado um movimento social, pois tem como principal objetivo mudar a realidade desses indivíduos. Os movimentos sociais consistem em ações coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas (GOHN, 2011). Esses movimentos agem como forma de resistência à exclusão social e buscam a inclusão, criam sujeitos para a atuação em “rede”, identidades para grupos que antes eram dispersos e desorganizados e, ao realizar tais ações, projetam, em seus participantes, sentimentos de pertencimento social. Para promover uma mudança social, o Projeto se baseia no modelo de economia solidária que, para Singer (2002), pode ser definido como um modo coletivo ou associado de produção e que preserva o direito à liberdade individual. Essas experiências resultam na solidariedade e na igualdade entre os participantes (SINGER, 2002).

A economia solidária é considerada uma mediação importante na compreensão da construção da identidade de classe dos informantes, pois esse modelo, referenda crenças e valores familiares, bem como organiza o modo de trabalho dos agricultores familiares. Como se apresenta através de uma forma alternativa ao capitalismo, traz à tona também, aspectos de classe. Por isso, teorizamos acerca do conceito de Economia Solidária, mas trabalhamos com essa categoria de forma mais empírica, para ajudar a articular com as outras mediações e a interpretar sobre a formação da identidade de classe dos agricultores pesquisados.

Amparados ainda nas pesquisas que mostram os desafios impostos pelas questões de classe (SOUZA, 2006; BOURDIEU, 2007; MURDOCK, 2009; RONSINI, 2012), o problema de pesquisa deve responder às seguintes questões: **Como as formas de poder econômico e controle político estão presentes no cotidiano dos agricultores familiares participantes do movimento social de economia solidária? E ainda: Como o consumo de mídia, mediado pelo movimento social da economia solidária, modula a construção da identidade de classe das famílias de agricultores familiares?**

² A Cáritas é um organismo da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e possui uma rede com 187 entidades-membro, 12 regionais e 5 articulações. As áreas de atuação representam a diversidade de atividades que a Cáritas Brasileira realiza no país em distintos níveis e em toda a Rede. São cinco áreas prioritárias: Economia Popular Solidária (EPS), Convivência com Biomas, Programa de Infância, Adolescência e Juventude (PIAJ), Meio Ambiente, Gestão de Riscos e Emergências (MAGRE) e Migração e Refúgio.

Temos como principal objetivo **compreender qual o papel do consumo de mídia, mediado pela economia solidária e pela classe social, na formação da identidade de classe dos agricultores familiares.**

E como objetivos específicos:

- a) Descrever a ritualidade do consumo de mídia na família e a relação que os agricultores estabelecem com os meios digitais, radiofônicos e audiovisuais;
- b) Investigar como os meios de comunicação contribuem para a organização do trabalho e a participação no modelo de Economia Solidária;
- c) Entender como os agricultores familiares definem sua identidade de classe em relação a outros grupos do meio rural;
- d) Saber qual o papel da mídia na formação dessa definição de identidade de classe a partir do consumo dos meios de comunicação.

Ainda propomos dar seguimento às pesquisas desenvolvidas pelo autor na área de recepção e consumo e continuidade aos estudos desenvolvidos pelo Grupo de pesquisa “Usos sociais da mídia”, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, coordenado pela Professora Dra. Veneza Mayora Ronsini, orientadora dessa pesquisa, principalmente nos processos de recepção e consumo dos meios de comunicação.

A partir do levantamento bibliográfico realizado no fim de 2019, constatamos a ausência de estudos específicos envolvendo famílias de agricultores familiares e o consumo de mídia. Os estudos normalmente focam em um público específico, como por exemplo, jovens agricultores familiares. Além disso, a perspectiva da mediação de classe social e economia solidária não costumam ser consideradas. Essa ausência de estudos também é sustentada por outros autores na última década (RONSINI, 2012; JACKS, 2017; ESCOSTEGUY, 2019). O Estado da Arte foi realizado com base em Teses e Dissertações publicadas nos últimos 30 anos nas áreas da Comunicação, Sociologia e Sociologia Rural. Usamos cinco plataformas de busca: o Site da Intercom, da Compós, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e o Serviço de Buscas da UFSM que reúne catálogo das bibliotecas; e-books; Portal de periódicos da UFSM; manancial repositório UFSM; Portal de Periódicos CAPES.

Também foi possível constatar que em relação aos estudos que envolvem o meio rural e a área da comunicação no Brasil, existe uma falta de atenção dos pesquisadores (ESCOSTEGUY, 2019), em especial quando se trata de pesquisas sobre a presença e os múltiplos usos de tecnologias de informação e comunicação, para o entendimento das relações mútuas entre tecnologia, cultura e sociedade. Jacks (2017) endossa a mesma preocupação com

a falta de estudos sobre as práticas de recepção dos meios digitais. A autora mapeou os estudos realizados pelos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de todo país entre os anos de 1990 e 2000, com temáticas relacionadas aos usos e apropriações da Internet, e dos 131 trabalhos encontrados, menos da metade analisa dados referentes a algum tipo de audiência ou de público, com “o objetivo de compreender a postura do receptor diante dos efeitos desses novos conteúdos, disponibilizados e acessados na internet” (JACKS, 2017, p. 35).

É a falta de estudos na área da comunicação que considerem os problemas sociais do País no meio rural, e ainda, a negação de muitos autores em relação à importância de se considerar a classe social dos indivíduos, que nos motiva a colocar a classe como determinante e estruturante das relações sociais nessa pesquisa.

Especificamente no que se refere à agricultura familiar, através de análises sobre a continuidade das formas familiares de produção e o papel no desenvolvimento do sistema capitalista no pós-guerra, as produções científicas têm encontrado maior expressão a partir da década de 1970, mas como reconhece Schneider (2003), mesmo diante de todas as contribuições, ainda persistem deficiências e limites que impedem avanços mais significativos nas análises e estudos dos processos sociais agrários contemporâneos.

É a falta de estudos na área da comunicação que considerem os problemas sociais do País no meio rural, e ainda, a negação de muitos autores em relação à importância de se considerar a classe social dos indivíduos, que nos motiva a colocar a classe como determinante e estruturante das relações sociais nessa pesquisa.

Para compreendermos a estrutura e as apropriações dos produtos midiáticos no contexto das lutas políticas, econômicas e culturais no meio rural, e a relação estabelecida com a construção da identidade de classe dos indivíduos, adotamos uma combinação multi-metodológica (BONIN, 2004) e teoricamente, relacionamos a perspectiva de Martín-Barbero, através das Mediações Comunicativas da Cultura, com a da Etnografia crítica de consumo, proposta por Ronsini (2007). Esta última busca revelar e compreender a reprodução social e não apenas a capacidade criativa das audiências em resistir à dominação. É através da Etnografia, que o pesquisador pode se inserir nas atividades cotidianas do entrevistado, registrando o que é significativo para a pesquisa e se envolvendo com o ambiente de pesquisa.

Esse trabalho foi estruturado em cinco capítulos, a contar com essa introdução, onde apresentamos a importância do estudo da classe social para a compreensão do consumo midiático. Trazemos ainda, os principais conceitos da sociologia rural para a definição do objeto de pesquisa, no caso a agricultura familiar e a economia solidária. Também destacamos o Projeto Esperança/Coesperança do qual os agricultores pesquisados participam e, ainda, os

pontos principais da construção metodológica usada para respondermos os objetivos do trabalho. Essa transdisciplinaridade se justifica, na medida em que só é possível compreender os mecanismos de apropriação do massivo, articulando o contexto social de produção de bens simbólicos com os contextos micro e macrosocial dos receptores.

No capítulo 2 apresentamos o debate sobre as classes no meio rural, para compreender o contexto que leva a situação atual. Através de autores como Pierre Bourdieu, Martín-Barbero e Jessé Souza, fazemos uma discussão teórica articulada com autores da Sociologia rural como Schneider, Grisa, Marin e Froehlich. Além disso, apresentamos o que é o movimento social de economia solidária adotado pelos agricultores familiares pesquisados nesse trabalho, através do qual buscam melhores condições de vida e a valorização do trabalho no campo. E refletimos sobre o modo de trabalho dos agricultores familiares com os conceitos de classe trabalhadora, economia moral e ação coletiva. Partimos do pressuposto da importância do estudo de classe e de que a situação de classe atua como mediadora do processo de interação com a mídia.

No capítulo 3 partimos da importância dos estudos culturais, para teorizar a relação entre mídia, sociedade e cultura, a partir da teoria das mediações, na perspectiva dos Usos Sociais das mídias (Martín-Barbero). Também abordamos o uso das tecnologias no meio rural, para compreendermos como os meios audiovisuais e os dispositivos digitais se apresentam na atualidade no meio rural.

No capítulo 4 abordamos o percurso metodológico e as técnicas de pesquisa adotadas nesse trabalho. Partimos da Etnografia Crítica do Consumo para delinear os outros passos da pesquisa. Também fazemos uma articulação entre o teórico e o metodológico, pois compreendemos que as etapas precisam estar relacionadas.

No capítulo 5 apresentamos uma descrição dos dados e os resultados interpretativos, baseados nas mediações de Jesús Martín-Barbero. Procuramos responder aos objetivos da pesquisa e também às questões que se apresentam como problemas durante a construção do objeto teórico e empírico.

2 O MEIO RURAL: UM LOCAL DE DISPUTAS E CONSENTIMENTOS

Para iniciar esse capítulo, recorreremos à história, onde a formação social do Brasil se dá pela oposição a uma continuidade orgânica com Portugal, especialmente pela ênfase na instituição da escravidão, limitada em Portugal e no restante da Europa. Em um contexto de desigualdade explícito, a escravidão revela uma estratégia de domínio para o acesso aos bens materiais, através da opressão. A consequência política e social dessa tirania, nas relações políticas e sociais, assume mais tarde, formas múltiplas e concretas nas oposições entre diversos grupos sociais, que se refletem até hoje.

Essa formação possui singularidade própria, já que constitui para Souza (2006) uma nova periferia ou uma sociedade periférica, que é, na verdade, formada a partir do processo de expansão do racionalismo ocidental, das grandes civilizações e das grandes religiões. Sendo assim, é uma sociedade constituída por "[...] uma cultura material e simbólica cujo dinamismo e vigor não deixaram muito espaço para compromisso ou reação" (SOUZA, 2006, p. 96)

No meio rural, aqueles sem condições de produzir igualmente, ficaram relegados ao que Souza (2006) chama de dependentes ou ralés. O dependente se relacionava com os proprietários das terras como se fosse uma forma de dominação velada atrás de uma igualdade formal, em que a subsistência material do dependente estava condicionada a boa vontade do senhor, pois ele emprestava a terra, que permitia o uso de pastagens e que apadrinhava e protegia a sua prole. Sem um código moral objetivo, os dependentes prestavam favores adquirindo assim uma forma de sujeição absoluta. A retribuição de favores ao senhor das terras aparece como uma aceitação voluntária da autoridade, fato que se estende também para a esfera política, como lealdade e subserviência percebidas como gratidão. Essa realidade ainda se faz presente em algumas partes do Brasil, principalmente em áreas rurais mais afastadas.

Outro momento importante na formação da sociedade brasileira e que traz impactos na agricultura hoje, é a revolução de 1930 no Brasil, onde pressões democratizantes surgiam através das agitações operárias urbanas e pelo descontentamento das novas camadas urbanas, além dos militares cada vez mais envolvidos na política. Além dessas forças sociais ascendentes, os setores agrários se encontravam marginalizados no jogo político. O abismo brasileiro das diferenças sociais se intensifica a partir de 1930 com o início do processo de modernização em grande escala. "Neste caso, a linha divisória passa a ser traçada entre os setores 'europeizados' - ou seja, os setores que lograram se adaptar às novas demandas produtivas e sociais - e os setores 'não europeizados' que tenderão, por seu abandono, há uma crescente e permanente marginalização" (SOUZA, 2006, p. 170).

Em todas as mudanças políticas no Brasil, a começar com a agitação abolicionista, a galvanização de ideias e sentimentos coletivos na esfera pública, que se constituía aqui, foi um componente fundamental. Sempre foi o espaço difícil da participação política e social dos setores excluídos. Hoje, mudam os atores, mas não essa dificuldade para a inserção dos setores excluídos na tomada de decisões. Para Bourdieu (1984), são as sociedades modernas as que mais acentuam as diferenças sociais.

O rural, sempre ficou relegado às margens dos processos decisivos, ocupando um lugar antagônico ao urbano, o que Froehlich e Marin (2019) denominam como dualismos reducionistas do rural, modos que acabaram inferiorizando e estigmatizando a vida das populações rurais ao longo dos séculos. Para Williams (1989), esses dualismos se acentuaram ainda mais com o capitalismo, onde a divisão entre cidade e campo, “representa a culminação crítica do processo de divisão e especialização do trabalho que, embora não tivesse início com o capitalismo, foi desenvolvido dentro do capitalismo a um grau extraordinário e transformador” (WILLIAMS, 1989, p. 407).

Esse estigma, reforçado com o capitalismo, acentuou o antagonismo em relação à concepção de que o campo é associado à vida simples, tranquila, harmoniosa, inocente e um lugar de atraso. À cidade, por sua vez, foram atribuídos valores referentes ao saber e à comunicação, já o rural sempre ficou relegado a um segundo plano nas comparações com a cidade e na representação do homem do campo (WILLIAMS, 1989). No Brasil, mesmo após a abolição da escravatura, os modos de apreensão de sociabilidade do mundo rural sempre estiveram voltados para o domínio agroindustrial, para o agronegócio, para os grandes produtores, deixando o debate em relação aos pequenos produtores nesse segundo plano, já que “só gradualmente surgiram descrições e análises do campesinato marginal às áreas de grande plantação” (GODOI; MENEZES; MARIN, 2009, p. 215). Mesmo na academia e, nos debates de políticas públicas para o pequeno produtor, o interesse só surgiu com o fim da Segunda Guerra Mundial em um momento de esperança na democratização do estado e da sociedade. “Consequentemente cresceu entre os círculos de intelectuais o interesse pelas classes populares das cidades e dos campos, passando o tema da reforma agrária a figurar entre os que mais desencadearam polêmicas na Assembleia Constituinte de 1946 e no parlamento brasileiro até o golpe de 1964” (GODOI; MENEZES; MARIN, 2009, p. 216)

Na formação histórica do rural, especificamente no Século XX, os valores e as práticas sociais, eram voltados para o desenvolvimento do país, através da grande produção que “buscava concretizar o projeto da modernidade ocidental, com sua crença na objetividade científica, no progresso tecnológico e social, no crescimento econômico via industrialização e

urbanização, na ampliação e interdependência dos mercados, no consumo de massa e na afluência de bens e riquezas materiais” (FROEHLICH; MARIN, 2019, s/p). Mas foi na década de 1980 que transformações na estrutura agrícola, em diversos níveis da vida social no mundo rural, aconteceram em várias regiões agrárias e em diversos países. Especificamente no Rio Grande do Sul, o processo de transformação estrutural do setor agrícola pode ser descrito a partir de três fases distintas. Conforme Schneider (2003) a primeira etapa desse desenvolvimento se deu na década de 1970.

quando os governos militares empreenderam uma inédita transformação de algumas regiões agrárias brasileiras (em especial no centro-sul), retirando-as de seu atraso tecnológico e inserindo-as em circuitos propriamente capitalistas – o que permitiu não apenas a constituição de novas estruturas de produção, mas também o desenvolvimento de uma nova racionalidade de gestão agrícola (SCHNEIDER, 2003, 146).

Essa primeira fase de “desenvolvimento”, totalmente voltada para uma concentração específica de produtores, terminou em 1981, quando se modificaram normas financeiras, principalmente no fim da política de crédito rural facilitado. Os anos seguintes representaram uma nova dinâmica no meio rural e, a segunda etapa ficou marcada como um período de:

ajuste macroeconômico persistente e, como resultado, uma deterioração dos aparatos institucionais ligados ao mundo rural, além da incapacidade financeira crescente do Estado em manter mecanismos de estímulo e/ou sustentação da agricultura similares ao período anterior (SCHNEIDER, 2003, p. 146).

Já na década de 1990, novos contornos políticos e econômicos marcaram uma outra fase no desenvolvimento agrário:

Nesses anos mais recentes, com o forte recuo das políticas públicas para o meio rural, modificou-se ainda mais o ambiente social e produtivo, não apenas desafiando os estudiosos e suas ferramentas analíticas, mas, principalmente, materializando novos desafios e impasses que têm confrontado os próprios produtores, provavelmente em magnitude sem precedentes (SCHNEIDER, 2003, p. 146).

É possível perceber que essas mudanças, sempre são pautadas pela questão econômica ou política, contrapondo grupos e interesses. Do ponto de vista político, com a direita que sempre tendeu a defender a grande propriedade como a única forma moderna ou modernizável, enquanto à esquerda, com caráter voltado mais ao pequeno agricultor, enfatizou como principal ponto a luta pela terra (GODOI; MENEZES; MARIN, 2009, p. 16).

Buscar essas construções históricas que determinaram o momento atual, é uma forma de encontrar a origem e as responsabilidades (BOURDIEU, 1984) dos cenários contemporâneos, o que ajuda a tomar consciência das especificidades, subjetividades de todo e qualquer ponto de vista.

Esse conflito que se pode verificar entre o rural e o urbano e entre os diferentes grupos que compõem o rural, se dá no cotidiano através do habitus (BOURDIEU, 1984). O habitus é o elemento que articula os sistemas simbólicos e as representações e, que permite pensar a relação entre o indivíduo e a sociedade com base em uma subjetividade socializada, já que nos esquemas individuais se concebem disposições estruturadas no social e estruturantes na mente das pessoas. O autor define ainda que o habitus é uma reprodução não consciente de cada indivíduo conforme a posição que ocupa na estrutura social e, inclui tanto as representações sobre si e sobre a realidade, como também o sistema de práticas, crenças e valores. “O habitus é um sistema de disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes” (BOURDIEU, 2007, p. 191). É o modo que leva o indivíduo a reproduzir um sistema auto regulador de princípios implícitos e explícitos acumulados através da trajetória de vida.

Toda essa relação de poder que vimos na formação das relações de produção no meio rural e as buscas por melhores condições através dos pequenos agricultores, são baseadas de acordo com Bourdieu (2000, 2007) em *capitais* e, é o acúmulo ou a falta destes que leva a sociedade aos processos de distinção, o que no meio rural é acentuada pelo histórico que estamos abordando e que diferencia a elite dominante. São esses capitais que produzem hierarquias como sistemas de valores.

Um capital não é só o acúmulo de bens e riquezas por parte do indivíduo, mas todo o recurso ou poder manifestado em uma determinada atividade social. Por isso, Bourdieu (2008) define quatro capitais, o econômico que são os bens, a renda, salário, imóveis e carros, este seria o capital que se sobrepõe aos demais. Também é decisiva para o sociólogo a compreensão do capital cultural, que são os saberes e conhecimentos adquiridos e reconhecidos através de diplomas e títulos. Esse capital, como explica Reich (2017), tem nas mediações da escola e da família, a principal referência:

Esses dois capitais estão ligados estreitamente na medida em que as formas de apropriação da cultura fornecidas pelo sistema escolar são enriquecidas e fortalecidas pelo sistema familiar. É a família que amplia o leque de possibilidades iniciados na escola, seja através do seu próprio capital cultural angariado através do tempo, seja

através do investimento na aquisição de novos conhecimentos culturais (REICH, 2017 p. 91).

O capital social se dá através das relações sociais que podem ser convertidas em recursos de diferenciação, normalmente através do convívio dos agricultores familiares com outros grupos. O capital simbólico é o que chamamos de prestígio ou honra e que permite identificar os agentes no espaço social. Diante desses capitais é possível compreender também o quanto as desigualdades sociais não se dão somente pelo capital econômico, ou seja, pela renda do indivíduo, mas também pela falta de capital cultural que permita ou que leve à aquisição de capitais simbólicos. São esses capitais que vão gerar o que Bourdieu define como distinção através da relação entre classes dominantes e dominadas.

E assim como nas primeiras pesquisas do autor na década de 1960 junto ao meio rural, esses processos de distinção entre a elite e ainda, de diferenciação entre as frações de classe, continuam sendo reproduzidos. Por isso, é possível encontrar as lutas dos movimentos sociais em busca de terra, a oposição que se estabelece entre sistemas cooperativados, multinacionais, ambientalistas, a produção de orgânicos como oposição aos defensivos agrícolas, diversos modos de associação, como a Economia Solidária, a busca por políticas públicas, muitas vezes direcionadas apenas a determinados setores, entre outros. Formas de organização ou modos de vida, que expressam a complexidade do meio rural, através das relações entre os indivíduos, o mercado e as instituições políticas e econômicas. Para Williams (1989) existe também uma divergência simbólica ou não, entre os próprios grupos de agricultores, podemos citar aqui os agricultores familiares, camponeses, pequenos, médios e grandes produtores – que através das suas lutas, conforme a importância econômica ou representatividade que assumem, buscam conquistar espaços, qualidade de vida, ou no caso dos pequenos, buscar sair do segundo plano.

As lutas (BOURDIEU, 2013) pelas apropriações dessas representações sociais, que são dadas através dos capitais econômicos enquanto aquisição de bens, melhores condições de vida, créditos, infraestrutura para a propriedade e para a família; culturais, enquanto acesso à educação; e sociais como prestígio e reconhecimento, são sinais distintivos que se imprimem na posição social.

Por isso consideramos importante a compreensão dos hábitos de vida, da formação familiar, os locais e grupos que os agricultores frequentam, os ambientes onde estão inseridos, para entender como as posições sociais se expressam nesse espaço simbólico na “distribuição das práticas e propriedades que são constitutivas do estilo de vida em que se manifesta cada uma das condições (BOURDIEU, 2013, p. 116).

Consideramos que a classe social é determinante das relações sociais e culturais, pois como Martín-Barbero (2003) afirma, os hábitos de classe se manifestam no cotidiano das pessoas e a classe social não pode ser pensada como uma diferença a mais, mas sim “aquela que articula as demais a partir de seu interior e se expressa por meio do habitus, capaz de entrelaçar os modos de possuir, de estar junto e os estilos de vida” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 14). Conforme a classe social, as pessoas inserem-se em grupos específicos, realizam atividades diferenciadas, frequentam espaços, se relacionam com determinadas pessoas e também consomem mídias de formas distintas. Murdock (2009), também destaca a importância dessa mediação como estruturante, pois considera que “é a recusa em reconhecer que a classe permanece sendo um importante princípio estrutural de cada aspecto da vida no capitalismo recente, incluindo comunicações, que bloqueia uma visão abrangente das condições contemporâneas” (MURDOCK, 2009, p. 32).

Diante do que já foi discutido até aqui, aprofundaremos a especificidade da agricultura familiar à luz da discussão sobre classe social, onde estão inseridas as famílias pesquisadas neste trabalho.

2.1 AGRICULTORES FAMILIARES: UMA CLASSE TRABALHADORA

Na última década, diversos autores têm buscado compreender as divisões de classe na sociedade brasileira, como por exemplo, Souza (2012) e Salata (2016). Souza tenta construir uma teoria de classes sociais para o Brasil contemporâneo, contrariando a perspectiva baseada na renda. Souza articula autores como Weber, Bourdieu, Lahire e Sennet para estabelecer um diálogo para a compreensão dessa classe trabalhadora formada pelos batalhadores, grupo no qual se enquadram os agricultores familiares acompanhados nessa pesquisa (SOUZA, 2016).

Para Bourdieu, a classe trabalhadora é uma cultura dominada, sensível às necessidades econômicas e ao prestígio da cultura dominante. Para ele, a classe trabalhadora é obrigada a fazer da necessidade um padrão mínimo de consumo e de estilo de vida ditado pela privação e ausência de meios, o que Souza considera como "uma virtude que se define como adaptação à realidade com sua consequente aceitação, internalização e incorporação da necessidade, a qual, paralelamente ao fato de que é imposta, passa a ser também ‘querida’ e ‘desejada’” (SOUZA, 2006, p. 60). Entre os agricultores familiares pesquisados a vida no meio rural passa a ser naturalizada como um padrão de vida desejável, mesmo diante das dificuldades que são vivenciadas.

Os trabalhadores da agricultura familiar carregam, historicamente, estigmas e características marcadas por questões políticas e econômicas específicas em relação aos outros grupos sociais do meio rural. Trava-se aí uma luta de classes diária para superar a difamação e a deslegitimação associadas a esse posicionamento de classe. As representações criadas sobre a agricultura familiar são um ponto chave na compreensão da luta de classes e, é também onde a violência simbólica ocorre. O capital simbólico que envolve o termo agricultura familiar, por exemplo, como o apego a estrutura familiar, religiosidade, cuidado com o meio ambiente, produção sustentável, pode explicar o fato dos agricultores não se denominarem espontaneamente como classe trabalhadora (SALATA, 2016), problematizando o fato da auto identificação ou não com a classe que lhe é atribuída e o pertencimento à determinada classe.

O termo agricultura familiar, que garante um sentimento de pertencimento social para os informantes dessa pesquisa, vem de uma construção histórica no Brasil, mas é também uma negociação política sendo constantemente alvo de polêmicas e questionamentos. Ao contrário do que acontece com outros conceitos que aparecem nas pesquisas acadêmicas, em que os indivíduos resistem ao se identificar com uma denominação externa ao seu modo de vida, o termo agricultura familiar foi incorporado, principalmente nos últimos 30 anos, como forma de unificar uma categoria social heterogênea e dispersa em um país de dimensões como o Brasil.

De forma geral, a agricultura familiar pode ser definida por Abramovay (1997, p. 3) como “aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho vêm de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento”. Mas essa definição não é unânime, pois alguns autores, consideram o termo como uma “impositiva produção de amnésia social que apaga a presença do campesinato e oculta ou minimiza os movimentos sociais dos camponeses brasileiros, consagrando – com tradição inventada – a noção do caráter cordato e pacífico do homem do campo” (GODOI; MENEZES; MARIN, 2009). A maior oposição teórica, talvez seja em relação ao campesinato. Wanderley (2014) afirma que o campesinato pode ser reconhecido pelas “formas mais tradicionais da agricultura, realizadas em pequena escala, dispondo de poucos recursos produtivos, pouco integrado ao mercado e à vida urbana e frequentemente identificado à incivilidade e ao atraso econômico e social” (WANDERLEY, 2014, p. 29).

Embora vinculada às políticas de crédito voltadas para o meio rural na década de 1990 no Brasil, a agricultura familiar vem se consolidando não apenas como um conceito abstrato, mas como realidade objetiva, de formas de vida que se organizam diante de uma realidade intensamente industrial, urbana e capitalista, que nega e tem dificuldade em reconhecer o rural enquanto espaço de vida.

Nesse sentido, Wanderley (2014) debate os conceitos de agricultura familiar e campesinato, retornando aos estudos da década de 1970, sobre abordagens que diziam que o campesinato iria se decompor e se desfazer em função do avanço dos processos de modernização da agricultura e do crescimento de uma agricultura industrial e intensamente integrada a complexos agroindustriais, sendo que os camponeses tenderiam à mão de obra assalariada. Porém, apesar de todas as transformações que ocorreram no meio rural, através dos processos de modernização, não houve esse processo de proletarização que se vislumbrava como algo certo, mas principalmente na década de 1980, nos estados da região sul do país, se teve um processo de modernização, levando também ao êxodo rural daqueles que não se adaptaram às mudanças. Ou seja, esta moderna agricultura passou a exigir maior desempenho a partir de padrões de produção baseados na eficiência capitalista industrial, mesmo para aquelas formas de agricultura que refutam esses processos.

Assim, Wanderley (2014) ignora as teorias que identificam na agricultura familiar um ator social completamente novo, gerado dentro e a partir dos interesses do Estado. Para ela, o agricultor familiar não foi criado pelo estado, mas carrega uma história marcada por um passado camponês. Desse modo, pode-se dizer que não houve uma ruptura definitiva na linha temporal entre campesinato e agricultura familiar no País, mas pontos de rupturas e convergências, de continuidade entre o passado e o presente.

Especificamente no Projeto de Economia Solidária de Santa Maria/RS, embora a denominação geral dos participantes seja através do termo agricultura familiar, não é possível dissociarmos o movimento da ligação com o campesinato. Em alguns casos, pela origem dos participantes, que eram camponeses, mas como estratégia de sobrevivência e busca por renda, entraram no Projeto de Economia Solidária adaptando-se ao modo de produção, e também, porque é possível perceber que nas grandes feiras realizadas pelo Projeto, grupos como o Movimento dos Sem-Terra, Movimento dos Pequenos Agricultores, Movimento dos Atingidos por Barragens e camponeses vindos de assentamentos, têm espaço para a comercialização de seus produtos, para reivindicação de suas lutas políticas e sociais, através de palestras, grupos de discussões ou protestos.

Desse modo é importante discutirmos e aprofundarmos essas diferenças entre os dois grupos, pois questões relacionadas às representações e a construção da identidade do indivíduo perpassam pelos grupos sociais ao qual pertencem e àqueles com os quais não querem ser identificados. No caso do Movimento dos Sem-Terra, por exemplo, a grande mídia tradicionalmente tem produzido uma imagem de desqualificação e criminalização sobre esse grupo (OLIVEIRA, 2011). Assim, a imagem do Movimento é normalmente associada a

aspectos negativos, fazendo com que os informantes dessa pesquisa prefiram manter inclusive, um distanciamento em relação ao conhecimento de suas atividades, mesmo que estes também estejam presentes em alguns momentos da Feira, compartilhando espaços próximos nos pavilhões.

A origem campesina da agricultura familiar passa a não ser reconhecida e legitimada, visto que o agricultor familiar é apresentado como um agente que consegue se enquadrar às regras do mercado, sendo essa, uma alternativa para alcançar a modernidade, mais uma vez reforçando os distanciamentos entre grupos distintos do meio rural e, entre o rural e o urbano.

A agricultura familiar é utilizada para que o sujeito que vive no campo se insira de forma determinante no modo de produção dominante, especialmente com a realização de políticas implementadas em nome da modernização, que passa a ser almejada pelo agricultor.

Fernandes (2003) reconhece que existe um problema ao se tentar esquecer a essência da questão entre camponês e agricultor familiar, negando a importância do primeiro, enquanto uma alternativa ao modo de produção dominante e, valorizando as possibilidades de ascensão do agricultor familiar, mediante uma dependência do capital. Assim, demonstra-se como afirma Fernandes que “a construção teórica da agricultura familiar tem construído a compreensão e a percepção que o camponês representa o velho, o arcaico e o atraso, enquanto o agricultor familiar representa o novo, o moderno, o progresso” (FERNANDES, 2003, p. 21)

Mesmo que no Projeto seja buscada a denominação “agricultor familiar”, o que pelo modo de organização efetivamente é constatado entre os informantes, percebe-se que a inserção em um modelo que facilita o desenvolvimento do capitalismo no campo, no qual o pequeno agricultor passa a atender as demandas do mercado transformando sua unidade de produção, que estava baseada apenas nas necessidades da família, para atender ao capital, distancia o pequeno produtor da compreensão da terra apenas como condição de vida. Vemos no caso específico do Projeto Esperança/Cooesperança um ponto de afastamento da origem campesina, por parte dos informantes, mas também de afastamento da lógica capitalista pautada no lucro, criando assim uma categoria própria. A contradição se apresenta aqui, no momento em que esses agricultores familiares buscam romper essa definição, aliando-se ao movimento de economia solidária, que claramente, busca a oposição ao capitalismo.

Enquanto questão estratégica e de legitimação política e social, a agricultura familiar foi amplamente facilitada nos anos 1990 com a implementação do Pronaf, Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, “quando a política de crédito a juros reduzidos privilegiou, de forma inédita, uma faixa de agricultores de menos recursos econômicos, desvinculando-os dos grandes produtores que se haviam beneficiado, desde a modernização

conservadora promovida pelo regime militar, de taxas de juros subsidiadas” (GODOI; MENEZES; MARIN, 2009, p. 215). Porém, a criação do PRONAF foi marcada por normas de custeio e investimento com altas taxas de juros, condições aceitas em um primeiro momento, pois marcava sua criação política e, depois vieram negociações, através dos movimentos sociais. Articulações realizadas principalmente por pequenos agricultores gaúchos em 1997, onde houve então a criação do Pronafinho, voltado para agricultores mais pobres do meio rural brasileiro.

Todavia, essa compreensão só é possível ao passo que abandonamos a concepção apenas jurídica e operacional dos conceitos. Assim, faz-se necessário o entendimento da agricultura familiar como um conceito genérico, que incorpora uma diversidade de situações específicas e particulares (WANDERLEY, 1996, p. 2). Neste trabalho, a adoção do termo agricultura familiar assume que este não pode estar vinculado apenas às políticas públicas, através do Estado, já que passa por um processo de modernização e adaptação do modo de produção. Neste sentido, percebemos que a institucionalização de Programas foi um marco importante para o acesso ao crédito. No entanto, se for apenas dessa forma, estaremos diante do erro de somente perceber os agentes sociais quando chegam a ser nomeados pelo Estado (WANDERLEY, 1996). A adoção do termo foi incorporada como forma de autovalorização desta fração da classe trabalhadora. Na pesquisa com os informantes do Projeto Esperança/Cooesperança, o termo agricultura familiar se mostrou relevante para a construção da identidade de classe. A denominação dos próprios participantes do projeto, como agricultores familiares, é algo que lhes confere orgulho, de em família, produzir, comercializar e, como destacou a coordenadora do Projeto pesquisado: “tentar fazer um outro mundo possível, contrapondo-se ao capitalismo, através da economia solidária e da agricultura familiar” em entrevista realizada no início desse ano durante coleta de dados empíricos.

No caso dos agricultores pesquisados, o surgimento do Projeto Esperança/Cooesperança e a busca pela valorização do agricultor familiar, se dá antes mesmo da implementação do PRONAF e dessa legitimação concedida pelo Estado, acompanhando o processo de modernização na agricultura. Além disso, as famílias se contrapõem à submissão e à exploração da força de trabalho dos membros da família, amparados em um modelo de trabalho autogestionário e coletivo. Nesse caso, o termo pode ser utilizado enquanto legitimação identitária para os agricultores.

Esclarecidas as divergências e escolhas conceituais, podemos definir a agricultura familiar como a forma de organização produtiva em que a família é, concomitantemente, trabalhadora e proprietária dos meios de produção. Neves (2007) reconhece a agricultura

familiar hoje como uma nova categoria socioprofissional e “como uma construção social resultante da conjugação de diversos investimentos de mediadores políticos, representantes de trabalhadores rurais e pesquisadores multidisciplinares, comprometidos com o reconhecimento público de uma nova categoria socioprofissional” (NEVES, 2007, p. 265).

Aqui podemos ver que mesmo que o cotidiano dos agricultores familiares seja marcado por uma reprodução, como explica Bourdieu, os indivíduos reconhecem a desigualdade presente na sociedade, resistem e até mesmo recusam, o que Skeggs (1997) define como identificação de classe. Para a autora, os processos de distinção que ocorrem entre as classes sociais e a constante luta de classes são atitudes de ordem política, de oposição às arbitrariedades das categorias sociais. Esses processos, de valorização ou desvalorização, são maneiras pelas quais as formas de cultura se tornam fixas de determinada pessoa ou grupo social.

A superação de formatos e o avanço das lutas não, necessariamente, faz com que se tenha uma identificação com os valores capitalistas. É o que ocorre, por exemplo, com a agricultura familiar no Projeto Esperança/Cooesperança. Essa perspectiva permite romper com o:

reducionismo classificatório dos estudos sobre agricultura familiar, pois nem a categoria trabalho estritamente familiar nem a contratação ou não de assalariados, tampouco as relações com o mercado, servem, isoladamente, como critérios que se bastam para definir a natureza de uma determinada forma social [...] Trata-se de aceitar a hipótese de que determinadas formas sociais relacionam-se com o modo de produção dominante sem que as relações que se estabelecem entre ambos sejam, a priori, de caráter capitalista (SCHNEIDER, 2003, p. 98).

A própria contratação de outras pessoas para ajudar no trabalho da unidade familiar, como é possível constatar entre uma das famílias pesquisadas, não delimita a categorização social como atividade não pertencente à agricultura familiar. Pois como explica o autor, “unidades familiares funcionam, predominantemente, com base na utilização da força de trabalho da família e de seus membros, podendo contratar, em caráter eventual ou temporário, outros trabalhadores” (SCHNEIDER, 2003, p. 96).

Os pequenos agricultores mantêm a família como base da pequena propriedade. Souza (2010) destaca que a unidade entre família e esfera produtiva é o que organiza os batalhadores no contexto rural. Desse modo, cada membro da família possui uma tarefa, dentro da unidade familiar, o que vai estabelecer a relação estrutural entre eles. Para a classe trabalhadora, a socialização dos filhos, assim como a deles próprios, é totalmente dependente do aprendizado prático do trabalho. “Não que a classe trabalhadora não invista também na educação formal, mas esse investimento em busca do capital cultural não exclui esse aprendizado (no meio rural),

ao contrário, ele é o que fundamenta essa nova propriedade que surge no campo” (SOUZA, 2010, p. 142).

Importante considerar que “os processos de transformação das formas de ocupação da força de trabalho, atualmente em curso no meio rural, estão trazendo consigo uma complexidade de alterações sociais, culturais e identitárias que vão muito além das mudanças perceptíveis na performance dos mercados de trabalho” (SCHNEIDER, 2003, p. 228). E são essas alterações que têm contribuído para o fortalecimento da agricultura familiar como um todo – tanto na questão sociopolítica quanto econômica. Schneider (2003) afirma que essas transformações resultam em modificações na forma como cada unidade familiar funciona, levando ao surgimento de novas estratégias para garantir a reprodução do grupo enquanto família.

Os dualismos e as complexidades que envolvem o meio rural e que são objetivos de compreensão dessa pesquisa, são para Froehlich e Marin (2019) um processo em transformação. Mudanças marcadas por disputas e interesses, que legitimam a forma com que o Projeto Esperança/Coesperança se posiciona nessas três décadas. Mas, além do Projeto, as lutas e reivindicações também acontecem, a partir de outros movimentos, diante das desigualdades que comprometem a continuidade da própria agricultura familiar. Nesse sentido, destaca-se cada vez mais a Juventude Rural, que pode ser entendida, a partir da perspectiva de Bourdieu (1984) como construtos histórico-sociais, que buscam viabilizar processos de sucessão hereditária na agricultura familiar, uma preocupação encontrada entre os agricultores familiares. São os jovens rurais que podem ser vistos como atores-chave para se entender as mudanças sociais no meio rural, principalmente a partir do ano 2000. Para Froehlich e Marin (2019), são eles os responsáveis pelas transformações:

para a consolidação da modernização da agricultura e o aprofundamento das interdependências entre agricultura e indústria ou, em contextos mais recentes, para a configuração de novas ruralidades e para a garantia da reprodução social da agricultura familiar [...] em contraponto ao “agronegócio”, entre outras frentes de idealização e afirmação de sujeitos juvenis rurais portadores de direitos (FROEHLICH; MARIN, 2019, s/p).

Essas lutas por direitos no meio rural, se originam da construção histórica no Brasil, que sempre fez com que a agricultura familiar e o pequeno produtor rural ficassem relegados às margens do agronegócio e do interesse econômico das grandes corporações. Para Grisa e Schneider (2014, s/p), os pequenos agricultores, como eram chamados na década de 1980,

sempre estiveram às margens das ações do Estado brasileiro, não raro incrementando sua fragilidade diante das opções de desenvolvimento perseguidas no País.

Por isso, na descrição sobre as famílias de agricultores familiares que participam do Projeto que apresentaremos no capítulo 5, será possível ver que as atividades desenvolvidas são cada vez mais diversificadas, uma forma de garantir a permanência da família no campo. Mas também, é visível que as transformações também ocorrem no sentido social do “ser rural” hoje. Essa constatação vai ao encontro do proposto por Froehlich e Marin (2019), de que o espaço rural não se limita mais somente à produção de alimentos ou matérias-primas, mas é um rural em que se constroem e se propõem novas concepções e novas ruralidades.

As novas ruralidades, termo que tem sido incorporado nas discussões acadêmicas (CARNEIRO; GERHARDT, 2004), implicam em uma disputa permanente pela ressignificação do rural. Torna-se evidente o fato de que, também na sociologia rural, as diferentes interpretações que venham a ser propostas carregam tanto as possibilidades de construção de um passado - sempre idealizado e presentificado - como a necessidade, inerente à condição humana, de invenção de um futuro.

A adoção de novas atividades na propriedade e a mudança no comportamento ou nas crenças dos indivíduos, traz antigas discussões sobre as ruralidades, como o debate (CARNEIRO, 1998) sobre a transformação e a decorrente extinção da tradição cultural fundada na prática agrícola de um tipo de produtor específico - o agricultor familiar ou o camponês - questões que perpassam a construção identitária do agricultor. Importante atentarmos para o fato de que sob a interferência da sociedade urbano-industrial, existe uma reprodução das heterogeneidades das cidades no campo. Carneiro (1998) destaca que as novas ruralidades podem, ao invés de diluir as diferenças, propiciar o reforço de identidades apoiadas no pertencimento a uma localidade, o que seria a base sobre a qual a cultura realizaria a interação entre o rural e o urbano de um modo determinado. Nessa perspectiva, mudanças de hábitos, costumes e, mesmo de percepção de mundo, ocorrem de maneira irregular, com graus e conteúdos diversificados, segundo os interesses e a posição social dos indivíduos, mas isso não implica uma ruptura decisiva no tempo nem no conjunto do sistema social.

Diante dessas novas ruralidades, além das mudanças na produção, as reivindicações também ganham novos sentidos e espaços, como por exemplo, o incentivo à permanência do jovem no meio rural, a valorização da mulher enquanto gênero - perspectiva que não aprofundaremos nesse trabalho - as lutas ambientais, entre outros. Em relação a permanência do jovem no meio rural, como vimos anteriormente, este é um personagem importante para as transformações no campo. De acordo com o IBGE (2010), a população rural do Rio Grande do

Sul em 2010 era 37% menor que em 1980. De acordo com levantamento da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul (2017), 30% das famílias do campo não têm um sucessor e, em média, 60% das famílias não discutem a sucessão familiar, o que reforça a necessidade de investimentos que estimulem o jovem a continuar na propriedade. Entre as políticas públicas que têm buscado incentivar a permanência no campo estão o acesso ao crédito rural (Pronaf Jovem), à terra (Programa Nossa Primeira Terra), à capacitação e formação profissional (Procampo Jovem e programas estatais e não estatais de assistência técnica e extensão).

Outro ponto importante, é a valorização e o incentivo ao trabalho da mulher no meio rural. Froehlich e Marin (2019, s/p) destacam que diversas iniciativas têm buscado “a garantia de direitos econômicos das trabalhadoras rurais e a proposição de políticas públicas de inclusão social por meio do apoio à produção, acesso e garantia de uso da terra”. Especificamente no contexto do Projeto Esperança/Cooesperança, que compartilha dessas lutas, o papel das agricultoras familiares dentro das atividades é fundamental, como destacou a Coordenadora do Projeto ao afirmar que as mulheres “têm muita força pela sua resistência, mais que o homem, isso a gente tem que admitir, [...] as mulheres foram convencendo os homens de que tudo que vem da feira e é vendido é importante, então a persistência da mulher faz com que o pessoal permaneça na feira e os homens também se convençam” (IRMÃ LOURDES DIEL, 2020).

Schneider (2003) destaca ainda algumas alternativas utilizadas pelo agricultor familiar, além da pluriatividade, como a busca de emprego fora da atividade rural já que “nessas áreas é também cada vez mais frequente o comportamento de membros das famílias que, residindo no meio rural, buscam empregos e fontes de renda em atividades não-agrícolas, especialmente industriais, sejam elas de caráter temporário ou permanente” (SCHNEIDER, 2003, p. 165). Nesse sentido, no âmbito do Projeto, foi possível identificar que os agricultores familiares pesquisados, buscaram em momentos da vida atividades ligadas ao comércio na cidade, mesmo que depois retornassem para o meio rural. Hoje, dois dos jovens pesquisados, conciliam as atividades do campo com o trabalho na cidade.

Desse modo é possível concluir que os agricultores familiares podem estabelecer estratégias variadas para garantir sua reprodução social, econômica e cultural que não passam, necessariamente, pela modernização técnico produtiva de seus sistemas agrícolas e estabelecimentos rurais, o que Schneider (2003) denomina de Pluriatividade na Agricultura Familiar. Essas estratégias podem ser entendidas a partir da perspectiva de Bourdieu, através da articulação de um senso prático e do habitus, no qual os indivíduos não constroem as estratégias como desejam, mas como condições cotidianas de sobrevivência, sejam

socioculturais, econômicas ou políticas. Assim, atuam como elementos centrais para a compreensão das transformações na dinâmica da agricultura familiar, na qual os agricultores têm conseguido a permanência no campo. Schneider (2003) corrobora com a discussão ao afirmar que os mecanismos e as estratégias têm viabilizado e estimulado as formas familiares no campo.

Retornando a Souza (2010), os batalhadores presentes no meio rural, mantém características comuns, como a cordialidade e a perseverança, muitas vezes elementos inerentes ao trabalhador brasileiro, destacados como virtudes, “ela é uma insistência no trabalho árduo e rotineiro, que pode nada ter a ver com uma ética do trabalho no sentido mais protestante do termo, mas sim com uma capacidade de auto contenção, de insistência, que pode estar relacionada a um senso de dignidade, incorporado através de disposições para a honestidade” (SOUZA, 2010, p. 154) Embora o autor não use o termo agricultor familiar, ele cita o pequeno produtor rural e o trabalho familiar no campo. Desse modo, define três características que ajudam a definir esses trabalhadores, a “origem familiar estruturada, infância vivida com pai e mãe juntos, sem passar necessidade material imediata; a disposição para o trabalho esforçado e honesto, o que significa também desejo de dignidade; e disposições econômicas básicas para cálculo e administração primários (SOUZA, 2010, p. 171).

Uma característica identificada pelo autor em relação aos batalhadores do meio rural, é a vida permeada por “altos e baixos”, uma instabilidade na qual se mantém a insistência e a esperança em um futuro melhor. É possível perceber uma vida dura com quase nenhum lazer, na qual se pensa e age em prol de um futuro melhor para os filhos, transmitindo a eles o legado do trabalho, mas apostando na possibilidade de que os filhos não necessitem pagar através do trabalho árduo tanto quanto seus ascendentes.

Diante da proposta de Souza para a conceituação da classe trabalhadora brasileira, é possível perceber uma classe fragmentada em trabalhadores/funções diversas. Souza considera que esses diferentes atores podem, apesar de localizados em frações com características e interesses peculiares, como é caso que encontramos entre os agricultores familiares, “articular os valores que tacitamente compartilham em comum e mobilizar uma solidariedade vivenciada implicitamente, revelando uma ‘consciência horizontal’ quando o contexto lhe é propício e quando surgem canais próprios capazes de canalizar tais sentimentos” (SOUZA, 2010, p. 240).

É essa consciência horizontal citada por Souza, que é percebida junto aos agricultores familiares participantes do Projeto Esperança/Cooesperança e que apresentaremos na próxima seção, através do modo como essa organização se articula a partir da ação coletiva do movimento de economia solidária.

2.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA E AÇÃO COLETIVA

Diante das características atribuídas à classe trabalhadora e a forma de organização do objeto dessa pesquisa, consideramos importante trazer para essa discussão o conceito de Economia Moral de Edward Thompson para introduzir a discussão sobre as resistências dos sujeitos. A análise dos hábitos dos setores populares britânicos, como a defesa do uso da terra e outras questões relacionadas à moral, é eficaz para a compreensão das complexidades do mundo rural brasileiro, observando-se as especificidades sociais e políticas dos contextos locais. As resistências dos agricultores familiares pesquisados se amparam, por exemplo, no reconhecimento da qualidade do que é produzido no campo, na luta por espaço na mídia para o pequeno produtor, na falta de políticas públicas de incentivo, entre outras reivindicações.

Thompson analisa através do olhar popular, uma resistência continuada e até, às vezes, violenta, principalmente nos momentos de escassez e da falta de paternalismo. Para isso, o autor toma como base o século XVIII para analisar e observar elementos da cultura plebeia que estavam esquecidos pela história progressista, como os motins da fome, a venda de esposas, a música escabrosa, o teatro da dominação paternalista, entre outros. Ao questionar a perspectiva dominante, o autor percebe sutilezas de uma cultura tradicional e rebelde, que embora aceite as normas e valores paternalistas, ao mesmo tempo, tende a colocá-los “sob intensa pressão, forçando seus limites e exigindo mudanças que se apresentam ora como soluções dos conflitos sociais, ora como exigências do próprio processo de modernização das relações produtivas, ora como retorno ao costume, ora como reforma da tradição” (THOMPSON, 1993, p. 42, tradução livre)

As revoltas da plebe não eram, conforme Thompson, necessariamente pela falta de alimento e a consequência disso, a fome, mas o que distinguia os manifestantes era a crença de que a falta de comida não era uma vontade divina, pelo viés religioso e moral, mas um ato humano reversível. Thompson (1998) demonstra que os sujeitos enxergavam as dificuldades como falhas políticas e sociais e protestavam para garantir reparação. Desse modo, a “economia moral” não apenas expandiria o estoque de comida, mas também garantiria a justa distribuição. A demanda do povo era a moralidade, já que havia a consciência da existência de “diferentes formas de regular o mercado, ou de manipular o comércio entre produtores e consumidores para a vantagem de uma ou outra parte” (THOMPSON, 1993, p. 304, tradução livre).

Conforme Thompson (1993) o confronto, entre o individualismo burguês e o comunitarismo plebeu, foi um dos principais fatores que levaram os pobres ingleses que buscavam preservar certos valores costumeiros fundamentais, ao descontentamento. A

economia moral da multidão rompeu decisivamente com a dos paternalistas, pois a ética popular sancionava uma ação direta da multidão, enquanto que os valores de ordem que apontavam o modelo paternalista se opunham a ela categoricamente. A interpretação moral é determinante na definição dos critérios de distribuição da riqueza social.

A economia moral em termos de classes, se define como o meio em que as relações são negociadas e mostra como a hegemonia não é simplesmente imposta, mas articulada no dia a dia de uma comunidade. A Economia Moral de Thompson, pode ser atualizada ao longo dos anos, pelas transformações históricas. O espaço para uma interpretação moral em relação às formas de produção e distribuição, através do mercado, estão sempre abertas para os que não se conformam com os modelos estabelecidos de justiça ou de injustiça social. A economia moral naquele contexto, era constituída por normas de reciprocidade e direito à subsistência, configurando-se em uma moral própria da cultura camponesa universal e “a ameaça a tal economia moral com a expansão do capitalismo no campo, podia provocar rebeliões por parte dos camponeses” (THOMPSON, 1998b, p. 259).

A partir da perspectiva de Bourdieu (1990) essa ação social dos indivíduos ocorre através de reprodução estrutural, onde o habitus legitima a desigualdade econômica e social ao promover uma aceitação das condições fundamentais de existência, uma vez que envolve uma reprodução inconsciente sobre o que é possível, impossível e provável para os indivíduos em suas localizações na ordem social estratificada, as expectativas dos agentes se ajustam a suas oportunidades objetivas, mas o autor considera que algumas situações podem dar origem à mudança. Em contextos de rápida transformação da estrutura de oportunidades, estas deixam de corresponder às expectativas decorrentes da socialização primária surgindo, então, o potencial para crises sociais, quando as classes dominadas rompem sua aceitação dos valores dominantes, “tudo sugere que uma queda abrupta no objetivo em relação às aspirações subjetivas provavelmente produzirá uma quebra na aceitação tácita que as classes dominadas [...] concederam anteriormente aos objetivos dominantes e, assim, tornar possível inventar ou impor os objetivos de uma ação coletiva genuína” (BOURDIEU, 1984, p. 168).

Um exemplo de inconformismo com as injustiças sociais e de rompimento de estruturas com as classes dominantes foi o surgimento das primeiras experiências cooperativas, que se deu a partir da Inglaterra, no século XVIII. Ainda nesse período, surge o movimento social da Economia Solidária, como uma alternativa ao capitalismo, à crise alimentar, econômica e ambiental. A Economia Solidária surge após as primeiras experiências cooperativas, motivadas pela expulsão em massa de camponeses dos domínios senhoriais, que se transformaram no proletariado moderno. A partir das insatisfações com o modo de produção, a criação das

cooperativas (SINGER, 2002) foi ligada à luta de classes conduzida pelos sindicatos, o que conferia a essa luta uma radicalidade muito maior. A origem histórica da economia solidária está relacionada com o que se pode chamar de cooperativismo revolucionário e, se tornou evidente a ligação essencial da economia solidária com a crítica operária e socialista do capitalismo.

No Brasil, de acordo com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, experiências existentes desde a época da colônia podem ser consideradas como de Economia Solidária, como as “experiências dos quilombos, dos movimentos religiosos como o de Canudos ou ainda a criação de experiências associativas no início do século XX” (FBES, 2008, p. 11). No atual modelo, os empreendimentos de economia solidária ganham força e ressurgem em 1981 e se fortalecem no final da década. Esse período é considerado para o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, como o final dos anos da Ditadura Militar, o início de um processo de redemocratização do ponto de vista político e ainda, um período de exclusão do ponto de vista econômico e social. Por isso, “a economia solidária aparece como uma importante estratégia de inclusão socioeconômica criada pelos/as trabalhadores/as em contraposição às estratégias, sempre inventivas do capitalismo de superar suas próprias crises a partir da intensificação do processo de exploração dos trabalhadores/as” (FBES, 2008, p. 12).

Asseburg e Gaiger (2007, p. 500) consideram que, assim como outras iniciativas da década de 1980, no Brasil, a Economia Solidária produziu um movimento social, atuando através da associação voluntária de trabalhadores mediante a partilha dos recursos. Enquanto definição de movimento social, podemos citar Gohn (2011, p. 335), que afirma que pode se caracterizar como ações coletivas que atuam como formas de resistir à exclusão social e buscar a inclusão, criando sujeitos para a atuação em rede, identidades para grupos que antes eram dispersos e desorganizados e, ao realizar tais ações, projetam, em seus participantes, sentimentos de pertencimento social. Gohn (2011) destaca o movimento das cooperativas populares através da diversidade de empreendimentos heterogêneos que se unem ao redor de estratégias de sobrevivência (trabalho e geração de renda), articulados por ONGs com propostas que se fundam na Economia Solidária, popular e organizados em redes solidárias e autogestionárias.

A proposta para que a Economia Solidária se efetive está na organização igualitária através dos que se associam a esse modo para produzir, comercializar, consumir ou poupar, e nesse modelo, “ninguém manda em ninguém”. E não há competição entre os sócios: se a cooperativa progredir, acumular capital, todos ganham por igual” (SINGER, 2002, p. 7).

Esse modelo é o que norteia o modo de trabalho dos agricultores familiares do Projeto Esperança/Cooesperança. Tanto os agricultores, quanto a coordenação do projeto entendem que a Economia Solidária é o principal caminho para uma sociedade mais igualitária. Para o economista brasileiro Paul Singer, um dos principais autores sobre o tema, o capitalismo leva à competição e à desigualdade. Vantagens e desvantagens são legadas de pais para filhos e para netos, os descendentes dos que acumularam capital ou prestígio profissional, artístico etc., entram na competição econômica com nítida vantagem em relação aos descendentes dos que se arruinaram, empobreceram e foram socialmente excluídos.

Uma das diferenças em relação ao contexto capitalista está em não haver a desmobilização social através da reprodução estrutural (BOURDIEU, 1990) pela legitimação de um habitus que promove a aceitação das condições fundamentais de existência, uma vez que envolve uma reprodução inconsciente – sobre o que é possível, impossível e provável para os indivíduos em suas localizações na ordem social estratificada – e o ajuste das expectativas dos agentes a suas oportunidades objetivas. O campo de conflito de classe é produzido nas práticas sociais em que os atores envolvidos não são predefinidos (na ideia de uma classe em si), mas se constituem como classe por meio de sua ação coletiva no modelo de Economia Solidária em oposição ao sistema e às reproduções sociais, o qual medeia a relação do agricultor familiar com a mídia e a formação da sua identidade de classe.

Os participantes do modelo de Economia Solidária mantêm características dos movimentos sociais tradicionais ligados, por exemplo, à religião, às questões estruturais e econômicas, mas apresentam também, as pautas dos novos movimentos sociais, que são definidas por Eder (2002) como a defesa do meio ambiente através de uma produção sustentável, a luta pelos direitos humanos para que todos tenham acesso às políticas públicas, a luta pela paz, pela ordem moral e pela manutenção de valores através da família. O ressurgimento da Economia Solidária no Brasil e o uso desse modelo pelos agricultores familiares pesquisados enquadram-se nessa definição.

Os novos movimentos sociais são carregados de valores que não se ligam diretamente com categorias sócio estruturais relacionadas à desigualdade social, por isso, as divisões têm relação com conflitos culturais (geracionais ou locais), econômicos, políticos e até mesmo religiosos. Eder (2002) compreende que existem conflitos de classe, mas que esses são cada vez mais, conflitos simbólicos e culturais. Os novos movimentos trazem discussões ambientalistas, pelos direitos humanos, antiglobalização, pacifista, questões relacionadas a uma certa ordem moral e de valores, reivindicações que vão além de questões relacionadas ao trabalho, às condições sociais e políticas, típicas dos movimentos sociais tradicionais.

Para que esse modelo de economia funcione, é preciso seguir alguns aspectos. De acordo com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (2007), a ação coletiva é efetiva em relação à produção, que representa o núcleo gerador de riqueza, quando se dá por meio da transformação de matérias-primas em produtos, “para a Economia Solidária, ao contrário da concepção taylorista-fordista, não se pode olhar de forma compartimentada. Existe a necessidade de se dar conta do fluxo produtivo em que está inserido e saber de toda a cadeia produtiva e, que consequências traz para a sociedade, para a saúde e para o meio ambiente” (FBES, 2007, p. 20). Em relação à organização da produção, os princípios da Economia Solidária se baseiam na comercialização através do mercado local e/ou no máximo na região em que se está inserido, pois se busca evitar a venda para pequenos e médios atravessadores que revendem para grandes atacadistas. Sendo assim, as feiras locais ou regionais assumem um significado para a identidade dos agricultores, são espaços de trocas, intercâmbios e articulações entre produtores e consumidores. E um último aspecto é em relação ao consumo, que deve ser responsável e solidário. De acordo com o Fórum, “ao falar do consumo solidário, não podemos deixar de refletir a importância de espaços fixos de comercialização, onde nossos produtos possam ser encontrados. Só assim teremos condições de realmente garantir um público consumidor” (FBES, 2007, p. 22).

Além dos aspectos mencionados acima, a forma de organização e a gestão é importante na diferenciação do “modo capitalista” para o que propõe a Economia Solidária. Ao contrário de uma empresa tradicional, inspirada no capitalismo, a economia solidária se administra de forma democrática através da autogestão. Todas as decisões são tomadas em assembleias, que ocorrem quando existe necessidade de se deliberar sobre algum assunto, que de algum modo afete os associados. Singer (2002) considera que, para que a autogestão funcione, “é preciso que todos os sócios se informem do que ocorre na empresa e das alternativas disponíveis para resolução de cada problema.” Assim, são as assembleias que vão resolver conflitos de opinião e de interesse que venham a dividir os sócios ou ameaçar a solidariedade entre eles. A autogestão exige esforço adicional dos trabalhadores na empresa solidária: além de cumprir as tarefas a seu cargo, cada um deles tem de se preocupar com os problemas gerais da empresa. E é esse “esforço adicional” que vai produzir resultados e cooperar para os resultados do grupo. Singer (2002) considera que “entre as empresas solidárias, a autogestão se pratica tanto mais autenticamente quanto mais sócios são militantes sindicais, políticos e religiosos.”

A autogestão constitui-se em um princípio fundamental que orienta a prática dos sujeitos, sejam eles de forma individual ou coletiva, no âmbito dos empreendimentos

econômicos solidários, na organização política dos movimentos, na organização e nas dinâmicas de desenvolvimento territorial.

2.3 A IDENTIDADE DE CLASSE E A VALORIZAÇÃO DO RURAL

A partir da proposta de Martín-Barbero (1987), que coloca a cultura popular como um espaço fundamental nos estudos histórico e nas investigações das políticas culturais, buscamos na relação entre a cultura popular, o poder e a comunicação, a articulação para explicar a cultura como um lugar estratégico para se pensar os processos de comunicação. São essas práticas culturais, ligadas à classe social, que vão articular os elementos identitários, expor as formas de dominação e determinar a construção do cotidiano das pessoas, uma estrutura que, de acordo com Bourdieu (2007), determina os aspectos de vida do capitalismo.

Essa articulação teórica vem das tradições dentro dos estudos culturais, o que revela uma ligação entre os estudos culturais britânicos e latino-americanos, em que “o popular se refere a uma visão específica da relação entre povo e poder, a uma visão de onde e como o poder está localizado na vida das pessoas” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 118) A cultura popular pode ser determinada pelas suas práticas e vai estabelecer, na relação com os dominantes, condições de resistência, luta ou negociação. É também para Martín-Barbero (2003), um espaço de conflito ou, como definem outros autores, uma constante luta de classes. Todas essas práticas são realizadas no campo simbólico. A resistência, a luta, a negação ou a reprodução existente no campo simbólico se dá através da formação de uma identidade de classe (SKEGGS, 1997). É esse conceito que indica um sentido das diferenças sociais dentro das hierarquias e que encontra nas diferenças culturais as formas de expressão.

Neste trabalho, em que buscamos entender a construção da identidade de classe dos agricultores familiares, é importante compreender que esse é um processo de classificação e reclassificação dos grupos (BAUMAN, 2005) em categorias socialmente construídas a partir de elementos culturais. A noção de identidade pressupõe, mesmo que inconscientemente, a ideia de alteridade e, assim, havendo um “eu” e um “outro”, a possibilidade de conflito ou disputa de poder já está instalada.

Entendemos que o processo de construção da identidade de classe, seja entre atores coletivos ou individuais, pode variar de acordo com clivagens geracionais, de gênero, étnicas, etc. Mas o foco aqui é aprofundarmos a questão do pertencimento de classe, de acordo com os capitais econômicos, culturais, sociais e simbólicos disponíveis. E mesmo que as identidades

sejam múltiplas, porque são decorrentes de fontes diversas (CASTELLS, 1999), insistimos na resistência comunal como fomentadora desses capitais.

Para Bourdieu (1984), a aquisição dos diferentes capitais está relacionada à luta pela manutenção e reconhecimento de uma determinada posição, ou então, para a conquista de novos espaços em relação a outros grupos. Em relação à formação identitária, Skeggs (1997) utiliza os termos identificação e desidentificação para falar sobre os indivíduos que se reconhecem ou não como pertencentes àquela classe. Como constatado por ela, por exemplo, o pertencimento à classe trabalhadora possui um sentido mais positivo entre os homens, ao contrário das mulheres, o que explica o motivo pelo qual existe uma tendência maior das mulheres se desidentificarem com essa classe. Aqui no Brasil, uma pesquisa que reforça a importância de se pensar na construção da identidade de classe é a de André Salata (2016). Embora a pesquisa seja voltada à classe média, traz contribuições importantes sobre como os indivíduos se veem em relação ao pertencimento de classe. O autor afirma que, mesmo que as pessoas neguem o pertencimento a uma classe, elas estão participando de disputas classificatórias, maneiras através das quais aquelas pessoas evitam os julgamentos morais presentes na ideia de pertencimento a diferentes classes sociais.

Para os agricultores familiares a construção da identidade de classe está ligada a diversos fatores, como os capitais e, ainda, as instituições, pelas quais perpassam as mediações que usamos nesse trabalho enquanto categorias teóricas. Essas condições são definidas através de propriedades que pertencem à posição no sistema das condições que é, para Bourdieu (2007, p. 164), “um sistema de diferenças, de posições diferenciais, ou seja, por tudo que a distingue de tudo o que ela não é, em particular, de tudo o que lhe é oposto: a identidade social define-se e afirma-se na diferença”. As identidades de classe são consideradas partes do processo através do qual as posições sociais são interpretadas e disputadas. E assim, aos dominados resta manter o que Bourdieu chama de “fidelidade a si e ao grupo” enquanto ideia de retomada coletiva da identidade social no que tange a assimilar o ideal dominante.

Mesmo que a agricultura familiar seja de extrema relevância no cenário nacional, os agricultores pesquisados destacam diversos problemas de valorização social, que passam pela mídia, pelos clientes, pelos outros grupos sociais, pelo mercado. A agricultura familiar, de acordo com o Censo Agrícola (2006), concentra 74% da mão-de-obra rural; o setor produziu 50% dos alimentos da cesta básica brasileira e tinha um faturamento anual que passou de 36 bilhões de reais em 2006, para 66 bilhões de reais em 2018. Mesmo assim, apesar da importância nacional do trabalho que é realizado, a autodenominação “agricultor familiar” (CHALITA, 2006) não significa reconhecimento através de políticas públicas condizentes com

o incremento das condições econômicas das famílias, o que vai impactar diretamente na questão identitária do grupo social.

Embora o modelo de gestão da unidade produtiva familiar e a execução do processo produtivo pelos membros da família sejam suficientes para a reversão social do qualificativo negativo atribuído ao trabalho manual e aos sujeitos que o realizam (PICOLOTTO, 2011, p. 262), isso não se converte em valorização econômica por parte dos governos. Esse reconhecimento que os motivam à autodenominação ocorre por dois aspectos: pelo Estado e suas políticas públicas, e ainda, pelas vantagens que traz para obtenção de crédito e pela imagem “positiva” que tem na sociedade. Nesse ponto, a mídia tem papel importante, pois pelo menos em nível local e em cidades consideradas mais rurais, valoriza o agricultor familiar. Desse modo, é possível sugerir que tanto a construção das identidades, quanto a representação social do rural, se apresentam duplamente. Primeiro com a aquisição, manutenção ou aumento de capital econômico que hoje é distribuído de forma desigual; e ainda, dependem da ação coletiva para converter valores culturais em valorização econômica concreta dos grupos subalternos.

3 USOS E APROPRIAÇÕES DA MÍDIA NO MEIO RURAL

Na sociedade contemporânea, fundamentalmente midiática, com relações sociais e de poder intermediadas pelas diversas modalidades de mídia (CASTELLS, 2000), o espaço público, onde os sujeitos estão inseridos, tem seu modo de vida agendado pelo sistema midiático. Os indivíduos, segundo Kellner (2001), são modelados pelo poder da mídia que, através das diversas formas da cultura veiculadas por ela, são influenciados a identificarem-se com as ideologias, posições, representações sociais e políticas dominantes. Para o autor, a “cultura da mídia também fornece o material com que muitos indivíduos constroem o seu senso de classe, de etnia e raça” (KELLNER, 2001, p. 9)

Diante da inserção dessas tecnologias, o consumo dos diferentes tipos de mídia tem se tornado objeto de estudo em pesquisas científicas de diversas áreas, como “na filosofia, sociologia, economia, antropologia e comunicação e, conseqüentemente, fazendo uso de variadas perspectivas” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 17). Mas mesmo com tantas pesquisas, a teoria de Barbero de que temos aí um âmbito de relações que se estabelecem no social a partir do consumo, ainda é vista nas pesquisas brasileiras, de modo bastante limitado quando se trata da investigação sobre os usos que são feitos, especialmente, das novas tecnologias de comunicação, como defendem Escosteguy e Sifuentes (2017).

Por isso, consideramos importante compreender de que forma essa inserção dos meios e seus usos e apropriações se dão no meio rural, diante da situação de classe dos agricultores, como ampliaremos nas próximas seções.

3.1 A MÍDIA E AS REPRESENTAÇÕES DE CLASSE

As representações sociais, são tanto a expressão de permanências culturais quanto o locus da multiplicidade, da diversidade e da contradição (SPINK, 1994). É na contradição que encontramos muitas vezes, o real sentimento identitário e de pertencimento dos sujeitos, visto que os processos de identificação ou desidentificação, aí se revelam. As representações atuam nessa construção e implicam sobre as identidades, pois, como define Hall (2016), as mesmas têm a ver com a forma pela qual somos representados e como essa representação afeta a forma como cada um pode se representar. Alexandre (2001) afirma que os meios de comunicação de massa, se tornaram fundamentais enquanto forma de coesão social, pois “lidam com a fabricação, reprodução e disseminação de representações sociais que fundamentam a própria

compreensão que os grupos sociais têm de si mesmos e dos outros, isto é, a visão social e a autoimagem” (ALEXANDRE, 2001, p. 116).

O debate relacionado à classe social e mídia no Brasil, pode ser destacado através de Ronsini (2007; 2011; 2012) que na recepção de telenovelas, buscou compreender como se dá a identificação com as formas que as classes sociais são representadas. Em “A crença no mérito e a desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre”, Veneza Ronsini em 2012, depois de uma longa pesquisa de campo, mostrou o quanto a relação entre mídia e a representação de classes sociais nas telenovelas, impacta na reprodução do habitus, entre os pesquisados. Fica evidente a criação de estereótipos que se formam em função das classes: “A televisão brasileira parece agir por meio de uma estranha polarização entre, por um lado, as classes altas, médias e populares e, por outro, os excluídos ("pobres"), de tal forma que as classes populares se sintam mais próximas da burguesia e da pequena burguesia” (RONSINI, 2012, p. 185) A representação das classes sociais assume um formato que se torna padrão, visto que os interesses são direcionados para a elevação dos índices de audiência, e desse modo, “compactua-se com a injustiça social, reproduz-se que ser pobre é bom, que o 'povo' é mais feliz que a 'elite' que ascender socialmente depende do esforço individual (RONSINI, 2012, p. 183).

Ainda é importante considerarmos que cada representação traz impactos distintos nas leituras e apropriações feitas pelas classes sociais. No estudo de Ronsini (2012), os jovens de classe popular tem na televisão um símbolo de “prazer, congregação de saberes, demonstração dos estilos de vida das classes média e alta, sonhos de consumo e de ascensão social.” (RONSINI, 2012, p. 228) Já os jovens da classe média veem na telenovela uma motivação para a mobilidade social. Em relação aos jovens da classe alta, os meios de comunicação são parte central do cotidiano e simbolizam “prazer e inspiração para confirmar as escolhas profissionais. Ao invés da novela, são os telejornais e os seriados exibidos na TV a cabo que tem legitimidade para comparar com suas escolhas profissionais” (RONSINI, 2012, p. 296).

A atividade e a mobilização do sujeito, seja de forma individual ou em grupo, são influenciadas pelas representações sociais, ou seja, são elas que constroem o sujeito social. Para os agricultores familiares, a questão da representação midiática do rural, torna-se fundamental na construção dos processos identitários e na formação da identidade de classe, como evidenciou Marão (2020) em recente pesquisa, e também, como constatamos nesse trabalho. Para os agricultores pesquisados, além das narrativas do eu, enquanto sujeitos participantes de um movimento social, é relevante também, a representação social feita pelo outro, sejam clientes, atravessadores, mídia sociedade ou governos, que poderão atribuir e converter os significados em valorização econômica do trabalho realizado.

Nessa pesquisa, pode-se observar que os agricultores familiares participantes de um movimento social e, engajados nas práticas de economia solidária, compartilham leituras semelhantes sobre as representações do rural na mídia. Desse modo, estabelece-se aí uma consciência acerca dos conteúdos, principalmente sobre o espaço destinado ao pequeno produtor e ao rural na mídia, que varia conforme o meio de comunicação ou a abrangência (local, regional, estadual ou nacional) e ainda, sobre as diversas representações de personagens, sejam nas redes sociais ou no entretenimento na televisão. Como mostrado por Moscovici (1978), os meios de comunicação de massa incidem na formação das representações sociais que orientam a conduta humana. Os meios de comunicação podem ser considerados uma mediação que oferece ao indivíduo uma perspectiva que não pode ser apreendida nos limites de sua própria experiência pessoal imediata. A mídia conectaria e ligaria “vidas individuais ao construir uma cadeia de códigos compartilhados e reconhecidos que são constitutivos” das representações sociais (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 218).

Desse modo, a partir dos exemplos e constatações acima, reafirma-se a importância do conceito de classe social nos estudos de comunicação e da relação que se estabelece com a mídia. Na próxima seção, discutiremos especificamente a relação do meio rural com a mídia.

3.2 MÍDIA E MEIO RURAL

Pensar na relação da mídia com o rural é fundamental, diante da importância que esta assume nas práticas cotidianas. Setton (2005, p. 88), afirma que a mídia é fundamental para a aquisição do capital cultural, pois conforme o contexto midiático, pode-se levar a um aumento da capacidade reflexiva oferecendo “uma multiplicidade de saberes, constituindo-se uma nova realidade perceptiva e cognitiva das formações contemporâneas para o indivíduo”, ou seja, através da difusão de informação feita pela mídia, pode-se ampliar o escopo do conhecimento cultural. Ronsini (2016) define que esse capital cultural midiático, através da cultura audiovisual, compõe um capital cultural que pode competir com o que é transmitido pela família e a escola, ou então reforçá-los.

Pensando exclusivamente no contexto dos agricultores familiares, os meios de comunicação são de fundamental importância, uma vez que atuam como ferramenta de informação e entretenimento (SIFUENTES, 2012). Desse modo, a relação de poder que a mídia assume no meio rural pode ser explicada através de Bourdieu, ao sugerir que algumas concentrações de poder simbólico são tão grandes, que dominam toda a paisagem social; que parecem tão naturais, que são difíceis de serem percebidas pelas pessoas.

Embora seja possível constatar nos últimos anos um aumento na inserção de meios de comunicação tanto no rural quanto no urbano, ainda é evidente a diferença entre os dois contextos. Martín-Barbero destaca principalmente a partir da década de 1990, um processo de aceleração da modernidade, que se reverteu em uma mais intensa apropriação e incorporação das tecnologias de comunicação por parte das sociedades, inclusive nos espaços rurais, em que pese que neste espaço e no grupo social estudado, as desigualdades sociais estejam reproduzidas. Na tabela que construímos abaixo, com base em dados do IBGE (2020), é possível visualizar essas desigualdades.

Tabela 1 - inserção das tecnologias de comunicação no campo e na cidade

	Meio Rural	Cidade
Uso do celular pela população	57,3%	82,9%
TV por assinatura	14,9%	34,3%

Fonte: Adaptado de IBGE (2020).

Referendando os objetivos dessa pesquisa, encontramos como motivos para as desigualdades na aquisição das tecnologias acima, questões estruturais, de renda e de educação. De acordo com o IBGE (2020), o rendimento médio per capita de quem tem acesso à internet no Rio Grande do Sul, é praticamente o dobro dos que não possuem: R\$2.001,00 para quem possui acesso e de R\$1.268,00, em média, para quem não possui. Já 20,8% das pessoas que moram no meio rural, dizem não ter internet por causa da indisponibilidade do serviço. E em relação à educação, o uso da internet se dá por 12,1% dos classificados como sem instrução, 55,5% para quem tem ensino fundamental completo e 98,3% para pessoas com superior incompleto.

Além disso, de acordo com os resultados desse trabalho e, baseados em pesquisas semelhantes (ESCOSTEGUY, 2019; MARÃO, 2020), é possível identificar que o Consumo de mídia, das famílias do meio rural, se dá de maneiras distintas conforme o indivíduo pesquisado, de acordo com sua idade, escolaridade, condição econômica da família e nível de engajamento na economia solidária. O consumo também será com maior ou menor engajamento, de acordo com o capital cultural e econômico, participação no movimento social e aspectos geracionais. Esse consumo se dá ainda de forma variada em relação ao tipo de conteúdo que é buscado, que pode ser ficção, entretenimento e/ou notícias. Um meio de comunicação, por mais difundido e conhecido que seja, no meio rural, pode não ser incorporado. Por isso, considerando os limites

dessa investigação, abordaremos algumas questões teóricas que configuram o ambiente em que se insere a pesquisa.

Para a compreensão do que são as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), ou as mídias, entendemos, assim como Ronsini (2019) e Morley (2008), que estas podem ser classificadas como tecnologias digitais (referindo-se aos aparelhos celulares, tablets, computadores) e como mídia audiovisual, radiofônica ou impressa (televisão, rádio, jornais e revistas). No início desta pesquisa havíamos adotados a terminologia “Meios tradicionais e novas mídias”, mas essa mudança foi suscitada a partir de reflexões teóricas em que nos questionamos sobre o que pode ser denominado como novo. Morley (2008) considera que não podemos recorrer ao erro histórico e egocêntrico de tratar dilemas do nosso tempo, como se estes fossem únicos. É preciso encontrar nesses debates uma perspectiva histórica.

De acordo com o autor, essa preocupação nos leva a uma questão central do trabalho histórico, a questão da periodização e como distinguir as formas de acesso e distribuição da mídia em desenvolvimento, uma vez que estas são transformadas e adaptadas por processos de mudanças institucionais, econômicas, política, tecnológica e cultural. No caso da televisão, por exemplo, o aparelho que temos hoje é muito diferente dos que existiam há 50 anos, porém, não é um novo aparelho televisor, mas uma adaptação, que passou pela "era da escassez" (quando havia poucos canais), a “era da disponibilidade” (quando o número de canais em oferta para o espectador começou a aumentar na América Latina) e a era atual de “abundância e incerteza” (onde há vários canais, controles remotos, vídeos programações e fragmentações de audiência). A questão chave é determinar o que exatamente está sendo transformado e como, em resposta a essas mudanças, adaptamos nossos paradigmas analíticos.

Essa escolha teórica, também reforça o referencial empírico utilizado para pesquisa e ajuda a compreender o cenário atual dos agricultores familiares, no que diz respeito ao consumo de mídias no meio rural. Assim como constatamos na pesquisa de campo, Escosteguy (2019) também afirma que a TV e o rádio são os meios favoritos entre as famílias rurais, mas que estes, aos poucos, vão sendo divididos com o uso do computador e do celular. A conexão do celular e do computador com a internet se dá apenas quando possível, em função de questões econômicas e estruturais, logo, é importante ter a consciência de que mesmo diante de uma sociedade “saturada de mídia” como define Couldry (2012), muitas pessoas ainda não possuem acesso às mídias digitais. Um fato importante é que no ano de 2020, em função da pandemia mundial do coronavírus, algumas famílias pesquisadas buscaram, de forma mais rápida, inserir ou melhorar as conexões de internet nas propriedades para a utilização, principalmente pelos

jovens, durante as aulas. Mesmo assim, as dificuldades de conexão estão presentes entre os relatos de quase todos os informantes.

Os meios de comunicação, sejam eles digitais ou a mídia audiovisual e impressa, têm lugar na construção das ruralidades contemporâneas. “Sua aquisição, posse, presença no lar, formas de usos e relação com seus conteúdos interferem na formação do espaço e, portanto, nas relações materiais e simbólicas constituídas pelos sujeitos nesse mesmo espaço” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 51) Por isso é importante “compreender uma variedade de maneiras onde os meios de comunicação se adaptam uns aos outros e convivem simbioticamente e, também, como vivemos com eles enquanto parte de nossos ‘conjuntos de meios’ pessoais e domésticos” (MORLEY, 2008, p. 123).

Buscamos entender de que forma a mídia continua exercendo importante papel na vida das gerações atuais e estruturando a vida cotidiana. Como considera Livingstone (2008), esse foco na estrutura cotidiana nos permite ver primeiro como a mídia se encaixa e contribui para essas estruturas e, em segundo lugar, como as novas mídias iniciaram o processo de adaptação, ou mais frequentemente de adaptação a essas estruturas domésticas contextualizadoras. Para a compreensão dessa relação das audiências com a mídia, dois termos são usados para trabalhar a abordagem dessa prática: mediação e midiatização. Para Véron (1997), o termo midiatização “não designa nada além do que é hoje a mudança social nas sociedades contemporâneas” (VERÓN, 1997, p. 17) já que a sociedade é midiatizada na medida em que a cultura e a mídia atingem todas as práticas sociais. Nesse trabalho, adotamos a perspectiva das mediações de Martín-Barbero e partimos dessas mediações para a sua organização. Por isso, não nos dedicamos a aprofundar o termo midiatização. Nossa opção pelo uso das mediações, acompanha a tendência predominante desta perspectiva na América Latina, cujas raízes socioculturais e políticas estão baseadas nos estudos de recepção na área da comunicação, da década de 1980. Opção que ampliaremos na próxima seção.

3.3 A PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES

Em sua teoria das mediações, Martín-Barbero (2003) trabalha a ideia de que o processo de recepção é mediado pelas vivências dos indivíduos, suas experiências cotidianas. Assim, se consideram valores, crenças, etnia, religião, os lugares e grupos sociais que estes convivem e demais ambiências que possam atuar de alguma forma na apropriação midiática. Recorrer às mediações é uma forma de destacar a autonomia do receptor, compreendendo quais as fontes que atuam na leitura da mídia. Compreender o contexto social é uma forma de combater o papel

atribuído muitas vezes à mídia, como a única formadora de opinião e conformação identitária, pois as demais instituições também impõe seus significados ao indivíduo. Para Martín-Barbero, a comunicação torna-se uma questão de mediação, onde o primordial nas pesquisas não se encontra entre os meios, mas nas relações sociais que ocorrem no processo de recepção.

Martín-Barbero (2003) apresenta uma visão contemporânea e transdisciplinar, quando faz articulações com outros campos teóricos, nas quais pensa a comunicação a partir da cultura, entendendo-a como uma forma de contraposição à hegemonia. A teoria proposta pelo autor nos ajuda a entender as relações que estão imbricadas nas unidades familiares, no caso da nossa pesquisa, através das mediações da classe social e da economia solidária. Partilhamos da crença de que “o campo daquilo que denominamos mediações é constituído pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 262). Logo, as ideias de Bourdieu, que abordamos no Capítulo 1, influenciam também o pensamento Barberiano, principalmente através das noções de habitus, distinção, reprodução e classe social como propostas para discutir a cultura popular.

Em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações. As mediações podem ser entendidas como um conjunto de fatores que estrutura, organiza e reorganiza a realidade em que está inserido o receptor da mensagem. Em recente pesquisa com famílias de classe popular sobre o telejornal Jornal Nacional, Cechella (2015) constatou através da perspectiva das mediações, que a mídia atua na configuração espacial e temporal do espaço doméstico, e ainda, assim, como encontramos no nosso trabalho, que os receptores, mesmo que não se sintam representados pelo conteúdo que consomem, elaboram suas representações de classe a partir da experiência com a mídia e suas experiências cotidianas. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, possibilitando entender as interações entre a produção e a recepção. Os pensamentos de Martín-Barbero buscam, nos processos culturais e políticos globais e da atualidade, o embasamento para discutir o contexto latino-americano, afirmando que nesse caso é como a “comunicação se tornou uma questão de mediações mais do que de meios, uma questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de reconhecimento (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 10).

Entendemos que todo o contexto social e estrutural onde os agricultores familiares, objetos dessa pesquisa, estão inseridos, precisa ser considerado, para compreendermos a cultura e suas relações com a sociedade. As contribuições do autor colombiano para essa e para as pesquisas em comunicação como um todo, aparecem ainda como uma proposta teórica, enquanto categorização a partir das rotinas e hábitos de vida dos investigados.

3.4 CATEGORIAS TEÓRICAS DE ANÁLISE

A perspectiva das mediações de Martín-Barbero traz uma proposição para abarcar o processo de comunicação e não somente o processo de recepção. Além disso, ao lado de representantes dos estudos culturais, como Williams (1989) e de outros pesquisadores latino-americanos, como Orozco Gómez (2011), Martín-Barbero procura redefinir aquilo que está realmente em jogo na comunicação.

Para entender essa postura, o autor identifica três lugares de análise das mediações, que se relacionam com as experiências dos usuários com os meios de comunicação. A cotidianidade familiar, onde a vida familiar passa a ser o lugar em que a experiência de recepção ocorre. A temporalidade social que é marcada pela articulação entre a grade de programas/gêneros e os rituais do ambiente doméstico, marcados por um determinado tipo de rotina e a Competência cultural que é como se fosse um letramento orientado por uma produção cultural e pela divisão dos produtos/gêneros audiovisuais na grade de programação. Todos esses lugares são marcados por uma série de diferenças nas condições sociais e culturais dos atores. Por isso, é preciso entender como o habitus de classe ou dos grupos sociais têm um papel importante na avaliação dos tipos capitais que serão ativados pelos sujeitos, e as formas assumidas por essas mediações.

A partir da perspectiva das mediações, escolhemos categorias de análise que ajudem a organizar o entendimento das relações culturais e das mediações a partir da comunicação. Buscamos essas categorias nas Mediações Comunicativas da Cultura propostas por Martín-Barbero, através de mapas criados pelo autor colombiano. Ao longo de suas obras, ele propõe quatro mapas para pensarmos a relação entre comunicação, cultura e política, e estes se adaptam e evoluem com o passar dos anos.

O primeiro “mapa noturno” foi apresentado ainda em 1987 na obra “De los medios” e depois, novos mapas foram atualizados, com novos lugares de mediação, ou ainda, o que podemos chamar de novas dimensões. Para essa pesquisa, usaremos o Mapa das Mediações comunicativas da Cultura (1998), que conforme Martín-Barbero traz dimensões que consideramos necessárias para a nossa pesquisa: a ritualidade e a socialidade. As outras mediações desse mapa, institucionalidade e tecnicidade, não serão consideradas para essa pesquisa, pois nosso objetivo é estudar as lógicas do consumo de mídia e não da produção.

Para Lopes (2014) é esse mapa que permite operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que tenha relação com as instâncias da comunicação, cultura e política em que a mediação deve ser entendida como o processo estruturante que configura e reconfigura tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos. “Esse mapa exige pensar ao mesmo tempo o

espaço da produção, assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos da mídia envolvida” (LOPES, 2014, p. 71).

Figura 1 - Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura



Fonte: Lopes (2014).

O mapa das mediações comunicativas da cultura (Figura 1) permite ainda, no entendimento de Ronsini (2010), uma articulação entre esse mapa, através das dimensões da ritualidade e da socialidade, com o mapa das mutações culturais (2009), pois identidades e cognitividades podem ser “noções embutidas tanto na mediação da socialidade quanto da ritualidade” (RONSINI, 2010, p. 7).

Nos apropriamos da abordagem de Ronsini (2010; 2012) em diálogo com a teoria Barberiana, para melhor compreender cada uma das mediações e suas aplicações enquanto categorias de análise. Deste modo, “a socialidade ou sociabilidade diz respeito às relações sociais, ao indivíduo/sujeito e seus múltiplos pertencimentos identitários com base em referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados com base em uma posição de classe” (RONSINI, 2012, p. 71).

Através dessa categoria analisamos os aspectos relacionados ao movimento social de Economia Solidária e ao trabalho dos agricultores familiares, centrais na discussão sobre os conflitos de classe, que estão vinculados a culturas de classe, isto é, “nas formas de ser, de fazer, de pensar que conservam suas peculiaridades e, ao mesmo tempo, interagem com as formas dominantes, pois as culturas de classe não se encontram em estado puro, sendo permeadas pelas relações que estabelecem entre si” (RONSINI, 2012, p. 83). Ainda na mesma categoria, consideramos as relações dos entrevistados com a família e a escola pois a “categoria de

competência cultural nomeia o conhecimento de códigos específicos de uma dada forma cultural, adquirido na família e na escola, e está associada a padrões de consumo cultural.” (BOURDIEU, 1980 *apud* RONSINI, 2012, p. 82).

Já a ritualidade nos remete ao simbólico que sustenta toda a comunicação e, está relacionada à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição [...] as ritualidades constituem gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 18). Essa mediação medeia os formatos industriais e as competências de recepção. Como estamos tratando do consumo midiático, sem focar especificamente em um único meio, centralizamos as informações referentes às diversas formas de acesso à informação através dos meios de comunicação, sejam eles considerados digitais, radiofônicos ou audiovisuais, ou seja, como os meios estão presentes no dia a dia dos agricultores familiares, enquanto ritmos impressos ao cotidiano. Nessa categoria também queremos compreender os usos da representação midiática do rural feitos pelos agricultores familiares. Queremos entender de que forma o que é veiculado pelos meios, é incorporado, negociado e justificado para a reprodução cotidiana dos agricultores familiares nos mais diversos ambientes de convivência. “As ritualidades cotidianas organizadas com base no uso dos meios técnicos comunicacionais contribuem igualmente para definir as identidades do receptor, definições (móveis e transitórias) de si mesmo e de pertencimento coletivo” (RONSINI, 2010, p. 13).

Considerando o exposto até aqui sobre a definição de cada mediação, usamos seis categorias, as quais organizam a entrevista semiestruturada realizada com as famílias pesquisadas. A elaboração dessas seis categorias de análise a partir das mediações da socialidade e da ritualidade se dá por aspectos organizacionais, a fim de conseguirmos apresentar os dados coletados na pesquisa de campo. Para isso, nos baseamos nas categorias teóricas de análise usadas por Maranhão (2020), que foram criadas a partir das proposições de Berger e Luckmann (1985). As mediações do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura: a Socialidade e a ritualidade são consideradas importantes enquanto práticas sociais formadoras dos indivíduos, através da relação que estabelecem com as instituições como a família, a escola e as instituições econômicas, políticas, religiosas e de lazer, como definidas por Berger e Luckmann (1985).

Na mediação da Socialidade temos a “**Instituição Familiar**” para analisar as relações familiares como primeira instituição constituinte da formação do indivíduo, onde estão presentes também questões geracionais, crenças, padrões e hábitos de vida. Também a categoria

da “**Escola e amigos**” onde fazemos uma análise das relações estabelecidas a partir da vivência com a Escola e os amigos, como a competência cultural se estabelece, bem como os grupos frequentados e as relações com o outro nessas ambiências. Outra categoria analisada dentro da socialidade, será a do “**Trabalho**”, em que aparecem as rotinas produtivas, uso da terra, relação com a propriedade, perspectiva ocupacional, a relação de poder e interesse entre os grupos sociais e o papel de atuação esperado do estado. E ainda, a “**Economia Solidária**”, para analisar a relação dos agricultores familiares com o projeto Esperança/Cooesperança, enquanto busca de defesa dos direitos, resistência, modo de vida e modelo de produção.

Na mediação da Ritualidade, buscamos analisar os “**modos de ver, ler, ouvir e interagir**”, quais os horários de consumo, meios consumidos, a inserção dos conteúdos e aparatos midiáticos no tempo e no espaço cotidiano dos informantes. E ainda, as representações midiáticas do rural, a partir do consumo dos meios de comunicação, a leitura que os agricultores fazem do conteúdo veiculado na mídia.

Tais socializações são perpassadas pelas relações de classe, gênero, pelas questões geracionais e étnicas. Todas as relações analisadas partem da expressão das visões de mundo dos agricultores familiares, a partir da constituição de todos os níveis de socialização, quanto das condições sociais de reprodução e representações sociais que nos fornecem elementos para analisar o processo contínuo de negociação entre a situação de classe dos indivíduos.

4 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS

Durante a pesquisa trabalhamos fundamentados em uma concepção de metodologia como processo de elaboração da pesquisa, configurada em movimentos de aproximação com o campo estudado e a elaboração teórico-metodológica. Consideramos que a construção de procedimentos metodológicos de coletas de dados só é adequada quando respeitada a ligação entre o teórico e o empírico.

A importância metodológica na pesquisa em comunicação pode ser definida como a “dimensão que norteia, orienta, encaminha os processos de construção da pesquisa, em todos os seus níveis; como instância corporificada em fazeres, operações, experimentações e procedimentos que vão dando feição ao objeto do conhecimento, que vão se inscrevendo em lógicas atuantes na captura e fabricação pensada deste objeto” (BONIN, 2004). Dessa forma, buscamos nesse trabalho, referências metodológicas que contribuam para a aproximação do objeto empírico, bem como para a construção de um diálogo com o percurso teórico adotado durante a pesquisa.

Essas referências são como um caminho a ser trilhado. Lopes (2016) diz que é preciso ter um domínio de saberes metodológicos, bem como o pesquisador necessita uma sensibilidade para a construção metodológica. Desse modo, como ponto de partida adota-se a estrutura sugerida por Lopes (2016) que estabelece quatro níveis para a pesquisa: o epistemológico; teórico; metódico e técnico. São esses quatro níveis que definiram o modo de fazer essa pesquisa. Dessa forma, toda metodologia tem consequências políticas, epistemológicas e práticas (Martín-Barbero, 2017, p. 136). Sabendo disso, as escolhas aqui citadas não foram feitas aleatoriamente e todas têm como intenção responder aos objetivos da pesquisa.

Como já destacamos no início deste trabalho, termos como recepção, consumo e audiência são utilizados com frequência como sinônimos para indicar o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos da mídia. Ronsini (2010) afirma que os termos demandam a captação das práticas/formas culturais em fonte primária. Nesse trabalho fazemos uma análise integral do consumo de mídia pela perspectiva dos Usos Sociais da Mídia de Jesús Martín-Barbero, que usa o conceito de recepção e apresenta os mapas como modelos teóricos de pesquisa e que possui uma centralidade no exame dos processos de recepção midiática propriamente ditos, focalizando na produção de sentido.

Aqui seguiremos os termos dos próprios autores que não se ocupam da distinção entre consumo e recepção, usando-os como sinônimos. Mesmo que concordemos com a necessidade

de maior desenvolvimento das diferentes linhas que tratam da relação entre audiências e meios de comunicação.

4.1 ETNOGRAFIA CRÍTICA DO CONSUMO

Considerando o exposto anteriormente em relação à concepção de metodologia e a definição das etapas metodológicas adotadas nesse trabalho, partilhamos da ideia de Martín-Barbero (2017), que afirma que nenhum olhar é objetivo, mas “descrever ou falar do outro sem ouvir a voz é mais como inventá-la do que um conhecimento embutido no diálogo produtivo” (MARTÍN-BARBERO, 2017, p. 78) Em sua obra “*ver com los otros*” o autor deixa explícita a importância de se colocar no lugar do indivíduo pesquisado para compreender sua realidade, a partir da sua perspectiva. “Quando considero ver os outros, eles também me veem. Nesse sentido, no meu trabalho expressei onde falamos e nos lugares a partir dos quais os diálogos são criados. Em busca de uma teoria que gere conhecimento conjunto” (MARTÍN-BARBERO, 2017, p. 78).

Da mesma forma, Ronsini (2001), considera que é através do exame da vida cotidiana de um bairro, da vizinhança, dos lugares da casa, que a história do consumo midiático pode ser escrita, pois como ela afirma sobre as pessoas pesquisadas, “o lugar mais adequado para começar é estando junto delas” (RONSINI, 2001, p. 2). Por isso, considerando que é a partir da mediação do espaço doméstico que os agricultores familiares fazem a leitura das representações do rural, e ainda, da importância de buscarmos “ver com os outros” como sugere Martín-Barbero, adotamos como percurso metodológico para essa pesquisa a etnografia crítica de consumo, que conforme Ronsini, pode ser definida como:

o conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação, isto é, a apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação tecnológicos; a etnografia é crítica porque visa revelar e compreender a reprodução social e não apenas a capacidade criativa das audiências em resistir à dominação (RONSINI, 2007, p. 77).

É através desse método que o pesquisador pode inserir-se no dia-a-dia do entrevistado, registrando o que é significativo para o estudo e se envolvendo com o ambiente de pesquisa, compartilhando, assim, atividades cotidianas. Pela etnografia buscamos reunir evidências empíricas para interpretá-las com base na observação e descrição etnográficas. Em suma, é um

conhecimento que se constrói pela e na pesquisa empírica com a pretensão de ultrapassar o caráter descritivo do funcionalismo (RONSINI, 2001, p. 7).

Desse modo, como recomendam Bourdieu (2008) e Ronsini (2011), buscamos “sujar as mãos na cozinha da empiria”, aproximando-nos do objeto pesquisado, para assim compreendermos a relação destes com a mídia. Desse modo, mesmo com a pandemia mundial do coronavírus, seguindo as recomendações necessárias, acompanhamos o trabalho das famílias pesquisadas e buscamos estar próximos para termos uma melhor percepção da relação entre o uso da mídia e o trabalho dos agricultores familiares.

4.2 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS

Para alcançarmos os objetivos do trabalho adotamos uma combinação multimetodológica (BONIN, 2004), com técnicas de coleta e análise de dados para compreendermos o consumo midiático por famílias de agricultores da Zona Rural de Santa Maria e sua relação com a mídia. Consideramos que uma abordagem multimetodológica permite que os limites de uma determinada técnica sejam superados pelo uso de outra. Isso estabelece relações de complementaridade e de convergência entre os processos.

A aproximação é adotada através de uma combinação multimetodológica para a realização da pesquisa em comunicação e, tem profunda relação com os estudos culturais como definem Morley (1996) e Silverstone (2007). O estudo das audiências abrange o estudo do cotidiano, dos usos e interpretações, com maior ou menor ênfase em cada uma dessas dimensões da análise.

A primeira aproximação com as famílias pesquisadas foi no início de janeiro de 2020, quando houve uma apresentação inicial e o convite para a participação na pesquisa. Esse primeiro contato foi na Feira Colonial, onde as famílias comercializam seus produtos. Na semana seguinte retornamos ao Feirão para entregarmos a cada família, um questionário com questões fechadas e iguais para todos os informantes escolhidos. O objetivo foi reunir informações em uma fase exploratória da pesquisa para identificar os membros da família, estrutura relacional e ciclo de vida; características do capital econômico relacionadas à casa, aos espaços e à produção familiar; modos de inserção da família no mercado e ainda hábitos de consumo de mídia. O questionário foi composto por 81 questões e entregue em meio físico para todos os participantes. A orientação foi para que cada integrante respondesse individualmente – com o objetivo de confrontar os pontos de vista, o conhecimento e visão de cada membro familiar sobre sua realidade e, principalmente, em relação à percepção da posição social. Duarte

(2009) define essa etapa como importante para comparação das realidades, já que as perguntas são iguais para todas as famílias e ainda os dados obtidos nessa fase inicial também podem ser confrontados nas demais etapas da pesquisa. O questionário foi usado ainda para a construção dos perfis e do mapeamento de consumo de mídia das famílias pesquisadas. Partimos do pressuposto que informações específicas como essas seriam mais difíceis de serem obtidas e compiladas através de uma técnica como a entrevista, quando algum aspecto poderia ficar de fora.

Uma etapa que não estava prevista inicialmente para essa pesquisa, era a realização de entrevistas utilizando a internet para conversar com os informantes. Essa etapa foi inserida devido à pandemia mundial do Coronavírus, que além de todos os impactos na saúde, na economia e nas questões socioeconômicas que aqui não serão mencionados, trouxe impactos também na pesquisa. A pandemia impôs medidas restritivas de distanciamento social à população. Dessa forma, a partir de 15 de março de 2020, o acompanhamento inicial previsto e mais próximo através da etnografia, precisou ser interrompido e depois, repensado.

Seguindo a proposta de Daniel Miller (2020) de que alternativas precisam ser encontradas em um período como esse, e ainda, as considerações de Louise de Faria (2020), antropóloga que realizou entrevistas similares através da internet durante uma pesquisa no início da Pandemia, em Londres, pensamos também em entrevistas através de plataformas online. Da mesma forma que Faria (2020, s/p), as plataformas usadas para as entrevistas foram escolhidas de acordo com a familiaridade de cada participante, considerando que “todos já estariam familiarizados com a tecnologia e com o tipo de conteúdo que circula nessas plataformas, o que amenizaria o impacto dessa transição não planejada”. Em relação à ausência física do pesquisador, Faria (2020) considera que em sua pesquisa “as pessoas se sentiram mais abertas a compartilhar informações da esfera da intimidade” (FARIA, 2020, s/p), pois além do espaço físico visualizado na videochamada, também existe uma esfera narrativa da intimidade, onde o próprio pesquisado conta sobre os fatos que estão acontecendo a sua volta.

As entrevistas pela internet foram usadas como um método complementar ao presencial, já que observações presenciais continuaram a ser feitas a partir do mês de agosto de 2020, no Feirão Colonial, quando medidas restritivas começaram a ser flexibilizadas. As entrevistas feitas pela internet, foram gravadas em áudio, para permitir a análise também de como a pessoa reage a certas questões, bem como proporcionar a melhor interpretação dos dados, sem prejuízo a deixar passar algum aspecto mencionado pelos informantes. Consideramos essa etapa como uma alternativa para o momento de pandemia enfrentado, mas não substitutiva da observação e da interação off-line, assim defendido por Hine (2015) como uma “Etnografia para a Internet”,

em que a observação direta, também é necessária para que se configure como etnografia. Desse modo, foram seis meses de observações presenciais nas feiras de economia solidária e nas casas de alguns informantes, que não se opuseram a receber nossa visita mesmo durante a pandemia, desde que seguissemos as medidas sanitárias recomendadas pelos órgãos de saúde.

Consideramos que as entrevistas são o principal instrumento de acesso às ideias e a forma como as famílias vivem. Morley (1996) afirma que a entrevista, além de permitir — que o investigador tenha acesso às opiniões e declarações conscientes das pessoas entrevistadas, também propicia o — “acesso a termos e a categorias linguísticas [...] em virtude dos quais as pessoas entrevistadas constroem seus mundos e a própria compreensão de suas atividades.” (MORLEY, 1996. p. 261, tradução livre) As questões desta entrevista se baseiam no entendimento teórico trabalhado por Martín-Barbero (1990) a partir do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura e discutido por Ronsini (2011) apresentado anteriormente e relacionado às mediações comunicativas da cultura, através da socialidade e da ritualidade. A entrevista foi estruturada com 81 questões, que foram usadas como perguntas norteadoras para a conversa com os informantes.

Uma entrevista semiestruturada também foi realizada com a Coordenadora do Projeto Esperança/Coesperança no início de janeiro de 2020. Para essa entrevista, foram elaboradas questões relacionadas às principais crenças e valores seguidos pelos Agricultores Familiares do Projeto, a partir de leituras que realizamos das referências bibliográficas que servem como base para o Projeto.

Outra técnica usada é a observação dos lugares onde os informantes estão inseridos. Essa prática, originária dos estudos antropológicos, tem sido apropriada por diversos autores nos estudos de recepção (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002). Nesse processo de observação é incorporada como técnica de registro, a fotografia, que pode fornecer descrições dos dados em outra linguagem, complementando ou, em muitos casos, sendo fundamental para a observação e análise do pesquisador. Todas as impressões foram registradas em um diário de campo, que serve para documentar e tecer comentários sobre as observações realizadas na pesquisa. As anotações nesse diário não seguiram uma estrutura definida e foram feitas ao longo da pesquisa. Embora essa técnica siga uma sistemática própria durante a pesquisa de campo, para a análise, foi incorporada às respectivas categorias teóricas de análise a partir da teoria das mediações de Martín-Barbero. Essas técnicas de observação, fotografia e diário de campo foram realizadas também nas visitas à Coordenação do Projeto e especificamente, entre janeiro e março de 2020, nas visitas feitas na feira onde os produtores comercializam seus produtos e depois retomadas a partir de agosto de 2020, bem como na casa de alguns informantes.

O estudo etnográfico, que investiga os modos de apropriação cultural e social dos meios no cotidiano, necessita um esforço de compreensão que procede tanto por via metódica como por via não metódica (MORLEY, 1996) através da interpretação do etnógrafo, obtida com o diálogo e pelo conflito que estabelece com seus interlocutores, de forma a entender como os próprios atores definem suas práticas de comunicação no contexto das estruturas que as organizam.

4.3 A SELEÇÃO DOS INFORMANTES E OS CRITÉRIOS DE CLASSE

Para esse trabalho articulamos diversos critérios de classificação de classe com o objetivo de definirmos as famílias pesquisadas e a posição social ocupada por elas. Seguimos assim, o que recomendam Quadros, Gimenez e Antunes (2013), que consideram importante mesclar diversos fatores para a definição da classe social dos indivíduos, como os padrões de vida, os critérios estatísticos e a sociologia do trabalho, através da ocupação das pessoas. A partir disso, validamos a escolha de cada família pesquisada, através de um questionário específico que considera todas essas questões.

Para a seleção dessas famílias também consideramos que a classe social é a mediação que articula as diferenças entre os usos e práticas dos informantes através do conceito de habitus (BOURDIEU, 2008), que propõe que a estrutura social se inscreve nas práticas, através de esquemas adquiridos e reproduzidos no processo de socialização.

Murdock (2009), também destaca a importância dessa mediação como estruturante, dizendo que “é a recusa em reconhecer que a classe permanece sendo um importante princípio estrutural de cada aspecto da vida no capitalismo recente [...] que bloqueia uma visão abrangente das condições contemporâneas” (MURDOCK, 2009, p. 32). Por isso, o conceito de classe social foi considerado como organizador dessa lógica, através dos capitais de Bourdieu, principalmente no caso das famílias de agricultores familiares, o capital econômico e o cultural.

A definição de agricultor familiar usada metodologicamente nessa pesquisa é baseada ainda na Lei nº 11.326/2006 que considera como agricultor familiar, aquele que pratica atividades no meio rural; que não possua área maior do que quatro módulos fiscais; que utiliza predominantemente mão de obra familiar; que o percentual mínimo da renda familiar seja originado da propriedade rural e que dirija o estabelecimento ou empreendimento com a família. O conceito de Módulo fiscal pode ser entendido como o tamanho de uma área de terra de acordo com classificação adotada pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (2013) que define o tamanho das propriedades rurais em cada município brasileiro.

Nosso interesse em estudar agricultores familiares, uma das frações das classes trabalhadoras no meio rural, exige ainda que em relação à ocupação, eles se enquadrem como tais. Quadros e Maia (2010, p. 450) afirmam que esse parâmetro ocupacional é relevante, pois sinaliza fatores importantes nas relações sociais, sendo associado a expectativas e demandas da vida dos indivíduos, além de interferir em fatores como prestígio, status e relações de poder. Esses trabalhadores, de acordo com Quadros e Antunes (2001) são pertencentes a 4ª e última camada na distribuição sócio ocupacional do Brasil, como podemos observar:

os segmentos mais baixos de trabalhadores assalariados e autônomos e as empregadas domésticas, que a rigor devem ser incluídos na massa trabalhadora urbana, e, majoritariamente, a “massa rural” de agricultores familiares e trabalhadores rurais” (QUADROS; ANTUNES, 2001, p. 6).

Também questionamos as famílias sobre a renda familiar, de acordo com a atual divisão do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, através do simples enquadramento da soma dos rendimentos financeiros dos integrantes da família às cinco classes sociais avaliadas pelo Instituto – A, B, C, D e E. Mas o fator econômico é considerado aqui, apenas como integrante de todo o contexto que propomos analisar. Desse modo, nos baseamos em Uchôa, Kerstenetzki e Silva (2013), que dialogando com Bourdieu, entendem que todo o padrão e o estilo de vida dos informantes vão levar a definição de um perfil socioeconômico. Ou seja, é preciso considerar os diferentes capitais, além do econômico, através de uma análise feita em relação ao padrão de vida das famílias e o pertencimento à classe trabalhadora, principalmente para identificarmos as continuidades da realidade social do país, como em relação à condição de pobreza da maioria da população brasileira ou de precariedade dos trabalhadores brasileiros.

Para Uchôa, Kerstenetzki e Silva (2013), a diferenciação entre as classes sociais ocorre através de diferentes combinações de capitais e poderes, para enquadrar informações estatísticas disponíveis com o objetivo de obter um retrato qualificado do estrato social que desejamos conhecer e que contribua para responder nossa pergunta, adotando assim uma combinação de capitais e poderes.

Sendo assim, inserimos junto ao questionário respondido pelos informantes, uma tabela com questões sobre bens de consumo e padrões de vida, com base no Critério de Classificação Econômica Brasil, atualizado em 2019, e utilizado também na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Nessa tabela constam questões relacionadas a bens móveis, eletrodomésticos, saneamento básico, acesso, etc.

Todas as famílias foram indicadas pela Coordenadora do Projeto Esperança/Cooesperança, Irmã Lourdes Diel, à frente do Projeto desde sua criação. Foram selecionadas as famílias mais engajadas com o Modelo de Economia Solidária, através de conversas realizadas por telefone, e-mail e presencialmente com a coordenação do Projeto Esperança/Cooesperança.

Em relação ao número de famílias pesquisadas, seguiremos o proposto por Gaskell (2002) que defende que em uma pesquisa qualitativa em profundidade, o número de pesquisados não pode se estender. Por isso, foram selecionadas três famílias informantes, compostas por representatividades diversas de configuração, mas que preferencialmente tivessem filhos, gerações diferentes e engajamento com o Projeto. A família 1 é composta por três pessoas (o casal e o filho); a família 2 formada por 04 pessoas (o casal e dois filhos) e a família 3 também tem 04 pessoas (o casal e dois filhos), totalizando 11 pessoas informantes.

Também adotamos nessa pesquisa o termo “Seleção de informantes” em substituição à amostra de pesquisa, pois partimos do pressuposto que uma seleção de informantes envolve a qualidade da fonte e não a quantidade de entrevistados. Essas fontes são escolhidas pelo pesquisador de forma que possam contribuir com os resultados e objetivos da pesquisa.

5 RESULTADOS DA PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS

Começamos este capítulo apresentando o Projeto Esperança/Cooesperança, do qual os agricultores familiares fazem parte. Na sequência, trazemos um perfil geral de cada família, descrevemos os demais resultados e fazemos uma análise do que foi obtido na pesquisa empírica.

A partir da definição metodológica, buscamos a Irmã Lourdes Dill, coordenadora do Projeto Esperança/Cooesperança há 30 anos, para que tivéssemos autorização para realizar a pesquisa e acompanhar as atividades. Nos conhecemos devido a diversas reportagens realizadas entre 2017 e 2019 nas Feiras Internacionais do Cooperativismo e de Economia Solidária. Além disso, realizamos juntos uma série de três reportagens para o telejornal Jornal do Almoço da RBS TV de Santa Maria, sobre as três décadas de existência do Projeto. Essas experiências através da televisão foram importantes para maior conhecimento e entendimento sobre o funcionamento do Projeto e seu modo de organização.

O primeiro contato com a coordenadora do Projeto foi por e-mail, ainda em outubro de 2019, no qual manifestamos o interesse em desenvolver a pesquisa com os agricultores familiares do Projeto Esperança/Cooesperança. Três dias depois, a coordenação deu o retorno por telefone e se mostrou feliz com nosso interesse. Marcamos uma conversa para a semana seguinte, a qual aconteceu no Banco da Esperança, onde fica a Sede do Projeto. Apresentamos a ideia da pesquisa, os objetivos e o perfil das famílias que precisávamos. Solicitamos a ajuda dela para que indicasse as famílias mais engajadas com o Projeto e com o modelo de Economia Solidária. A conversa transcorreu dentro da normalidade, em uma sala de reuniões, com várias figuras e imagens relacionadas à Igreja Católica, expressando a religiosidade presente no local e a origem do Projeto. Nesse encontro a Irmã manifestou uma preocupação em relação à Pesquisa, que no final nós enviássemos uma cópia do trabalho para que pudesse ser arquivado com outras pesquisas. Ela disse que essa relação deve ser uma troca, onde o Projeto se coloca à disposição do pesquisador e este, oferece um retorno do que encontrou e concluiu. Ainda nesse dia, ela emprestou livros, revistas e publicações que contam a história do Projeto e alertou ser importante que conhecêssemos bem o trabalho feito por eles para podermos escrever com mais propriedade. Fiquei comprometido em devolver todo o material após a conclusão da pesquisa.

Depois de um mês, a Irmã passou o nome e o contato de três famílias, mas uma era residente no meio urbano, não eram agricultores familiares. Pediu, então, que fôssemos até o Feirão Colonial para conhecermos as famílias e sermos apresentados para elas. No dia 04 de

janeiro de 2020 fizemos a primeira visita junto ao Feirão, local onde as famílias comercializam seus produtos. A feira ocorre há 32 anos e funciona nos pavilhões que ficam nos fundos da Basílica da Medianeira, em Santa Maria/RS. Hoje são três grandes pavilhões, motivos de orgulho à Coordenação, já que foram construídos ao longo dos anos.

Nessa primeira visita, antes de procurar a Irmã e conhecer as famílias, aproveitamos para observar um pouco da rotina de trabalho dos agricultores e do funcionamento da feira. Chegamos por volta das 9 horas da manhã, era um sábado, ficamos surpreso com o grande movimento de pessoas na feira, mesmo assim um agricultor familiar, destacou que por ser época de férias, era um período de pouco movimento, já que muitas pessoas viajam e saem da cidade.

Cada pavilhão abriga a venda de produtos que vão desde artesanatos até alimentos, tudo feito e produzido pelos agricultores que ali expõem toda semana. Nesses espaços, estão tanto os agricultores familiares, quanto as famílias que moram no meio urbano, e que participam do Projeto. Quando avistamos a coordenadora, ela demonstrava estar bastante ocupada e rodeada de gente, muitos agricultores lhe procuram para tirar dúvidas sobre questões pontuais do trabalho e do andamento da feira. Nos aproximamos e fomos até a primeira família que ela havia indicado, a família que descreveremos no item 5.3.

Após conversarmos com eles, fomos com a Irmã Lourdes conhecer um pouco dos pavilhões e, nessa visita, fomos apresentados a um grupo formado por seis agricultores, todos produtores de verduras, legumes e frutas. A Irmã nos deixou livres para escolher mais uma família para participar da pesquisa. A família escolhida chamou nossa atenção, pelo fato de os dois filhos mais jovens estarem trabalhando junto com o pai no local, explicamos brevemente nossos objetivos e ele também aceitou participar.

No outro fim de semana retornamos ao feirão para entregar os questionários para essas três famílias. Novamente o espaço estava bastante movimentado e observamos que nesse dia acontecia uma reunião no local envolvendo lideranças políticas do Partido dos Trabalhadores, que por conhecê-los de outras oportunidades, logo os identificamos. Eles estavam sentados em meio a um grupo de agricultores e todos conversavam, não conseguimos nos aproximar, mas a situação aguçou nossa curiosidade, em função de termos ouvido de várias pessoas, em outros momentos, uma tendência da coordenação do projeto se identificar mais com partidos de esquerda, o que durante a pesquisa, a própria coordenação confirmou, bem como as famílias participantes do projeto, mas que disseram não concordar com essa questão política influenciando as decisões.

Como já conhecíamos os locais onde cada família comercializava os produtos, fomos até elas entregar os questionários. Na semana seguinte, conversamos com as três famílias

através do WhatsApp para saber como estava o processo de resposta dos questionários e combinamos que buscaríamos na semana seguinte. A conversa pelo aplicativo de mensagens fluíu normalmente, mas identificamos que na família 3 o celular não é tão utilizado, informação confirmada posteriormente em uma conversa com a filha mais velha da família, a qual disse que raramente eles olham o celular: “o pai não olha muito e nós não gostamos”, disse ela. Na semana seguinte retornamos pela quarta vez ao feirão, nesse dia as famílias estavam com pouco tempo para conversarmos, então aproveitamos para observar como se dava a relação entre eles e os clientes. Foi possível perceber que em muitos casos existe uma relação de fidelidade entre os clientes e os agricultores, que os procuram por já conhecerem seus produtos.

Mantivemos esse contato de forma presencial durante dois meses e meio com as três famílias, processo que logo foi interrompido em virtude da pandemia. Após esse período, até o mês de agosto de 2020, as conversas foram pelo aplicativo de mensagens Whatsapp, tanto por texto, quanto por áudio, sem uma rotina definida. Em relação à coordenação do Projeto, ainda na primeira semana de janeiro, marcamos uma entrevista presencial com a Irmã Lourdes Diel, a qual descreveremos na seção 5.1.1. Essa entrevista foi importante, pois acreditamos que a opinião da coordenação pode ser compartilhada total ou parcialmente pelas três famílias de agricultores familiares, já que a indicação das famílias partiu justamente da Coordenação. Mas, esses aspectos, vínculos ideológicos com o Projeto e ainda, com a Economia Solidária, modelo que norteia o trabalho desenvolvido por eles, serão questões apresentadas mais para a frente. Na próxima seção, apresentamos brevemente o Projeto a partir das publicações, revistas e relatos que tivemos acesso através da coordenação do Esperança/Cooesperança.

5.1 O PROJETO ESPERANÇA/COOESPERANÇA: “UMA EXPERIÊNCIA APRENDENTE E ENSINANTE”

As famílias pesquisadas neste trabalho pertencem a uma das mais tradicionais experiências voltadas para a Economia Solidária no Brasil, o Projeto Esperança/Cooesperança, criado em agosto de 1987 em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, presente em 34 municípios gaúchos e com aproximadamente 5.800 famílias beneficiadas.

O Projeto vinculado à Arquidiocese de Santa Maria, foi idealizado por Dom Ivo Lorscheiter, na época Bispo Diocesano da cidade, que tinha como premissas “a transformação pela solidariedade, que valoriza as pequenas coisas e propõe a reinvenção da economia e que tem como fundamento a solidariedade”(O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 6). Para tirar a ideia do papel, Dom Ivo contou com o apoio de um grupo de professores da Universidade Federal de

Santa Maria, da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, de lideranças da Diocese de Santa Maria e de representantes de Congregações Religiosas. A ideia central do Projeto Esperança/Cooesperança é a organização do povo no meio urbano e rural, através das Associações, Cooperativas Autogestionárias, Economia Solidária, Agricultura Familiar, Catadores, Artesãos, Quilombolas, Agricultores Familiares com produção Ecológica e o Comércio Justo, Consumo Ético e Solidário, criando Alternativas de Trabalho e Renda. Dom Ivo tinha um desejo que lhe inspirava: queria que a “região de Santa Maria, que é relativamente pobre, fosse mais intensamente ajudada com atitudes de esperança. Nós não queremos ver pessoas desanimadas, não queremos iludir ninguém, não queremos criar falsas expectativas, mas a esperança verdadeira” (DOM IVO LORCHEITER, em entrevista em 21.04.2006 – publicada em O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 6). O pensamento de Dom Ivo desafiou a Cáritas do Rio Grande do Sul a criar e desenvolver projetos alternativos comunitários, com foco na autogestão, no cooperativismo e na sustentabilidade.

As primeiras experiências desses grupos comunitários e associações surgiram em 1984, mesma década do ressurgimento dos Projetos de Economia Solidária no Brasil, como abordamos no capítulo 2.

Dois anos depois, a diocese de Santa Maria iniciou um diálogo com a MISEREOR, instituição alemã, formada por bispos, que luta contra a pobreza na África, Ásia e América Latina. A instituição garantiu apoio no início do projeto, através da construção de um prédio para realização das atividades.

Coordenando o Projeto desde o início está Lourdes Dill, irmã religiosa pertencente à congregação das Filhas do Amor Divino e indicada pelo próprio Dom Ivo, no início do Projeto para essa função. Entre as principais atividades do Esperança/Cooesperança está o Feirão Colonial, criado em abril de 1992, com a participação dos associados do projeto, tanto no meio Rural quanto Urbano. A gestão do feirão é feita de forma colegiada e autogestionária, entre a coordenação e os diversos grupos associados. Essa forma de Autogestão pode ser definida como um processo em que as pessoas envolvidas, são responsáveis pelo seu sucesso ou fracasso, desse modo a autogestão envolve “democracia; transparência na forma de organização funcionamento e tomada de decisões; autonomia e co-responsabilidade das pessoas envolvidas nesse processo se busca uma gestão compartilhada ou participativa”(O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 46).

No feirão colonial são comercializados produtos diversos, feitos pelos associados e, "essa comercialização se dá de forma direta entre o produtor organizado e o consumidor. O consumidor fica sabendo quem produziu o produto que ele consome e se cria uma relação de

confiança mútua, solidária, comprometida e interativa" (O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 8) Essa relação de confiança estabelecida entre o produtor e o consumidor pode ser observada no feirão colonial.

Outra grande atividade do Projeto é a Feira de Economia Solidária, a FEICOOP, que em 2020 completou 27 anos, e ainda, a Feira Latino Americana de Economia Solidária que chegou a 16ª edição. Não entraremos aqui, no mérito de como essas feiras foram conquistando espaço e alcançando o cenário internacional, mas destacamos as atividades que ocorrem nelas, já que, muitas possuem caráter econômico, social e político. De acordo com a publicação O Santuário (2019), a Feicoop e a Feira Latino-americana são anuais e reúnem participantes da África, Europa e América. Tem representação de 23 países, e participação de representantes de 585 municípios, pessoas vindas de todos os estados brasileiros. O público visitante é de mais de 305 mil pessoas nos quatro dias da Feira; são mais de 10 mil tipos de produtos e serviços oferecidos para a comunidade. Além da comercialização de produtos, são realizados conferências, seminários, oficinas, debates, momentos culturais, shows, entre outras atividades.

O desenvolvimento sustentável proposto pelo Projeto se reflete no dia a dia da feira, como por exemplo através da água, que não é comercializada durante a feira, por considerarem que esse é um bem universal e patrimônio da humanidade. Os produtos vendidos são de procedência ecológica, não se vende refrigerante e não é permitido fumar no espaço da feira. Além disso, “a linha editorial da Feira, tem plena sintonia com a proposta. É um evento que vale a pena e faz uma grande interação com os países, estados brasileiros, entidades, organizações e os empreendimentos solidários (O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 13).

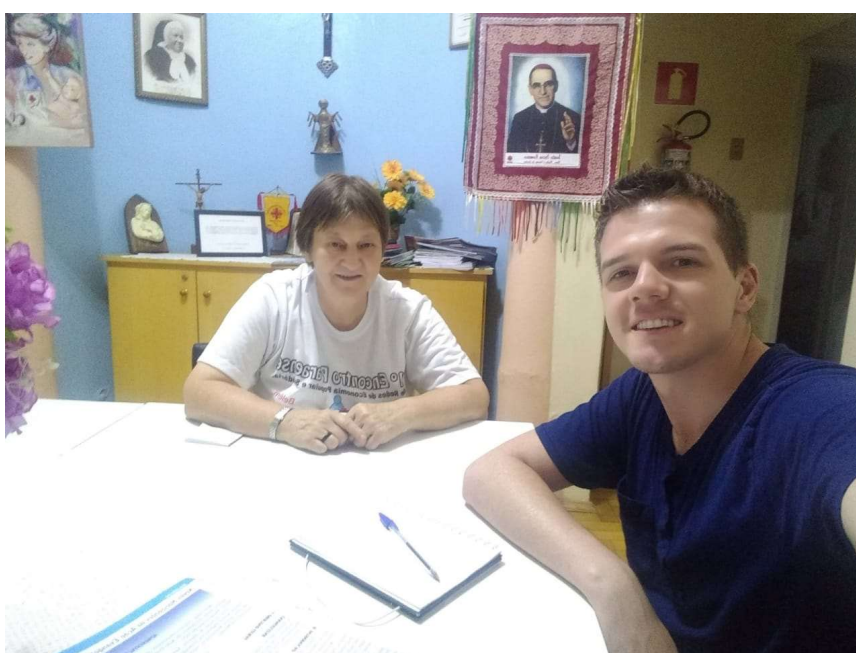
Quando falamos sobre os princípios que são seguidos pelo projeto, podemos destacar o comércio justo, ético e solidário em que as práticas estão ligadas a busca pela melhoria da qualidade de vida das pessoas envolvidas em todo o processo, seja desde a fabricação de um produto até o consumo. O projeto defende ainda o “consumo crítico e responsável; demanda de informações sobre as condições sociais, de trabalho e ecológicas na produção, considerando que o consumidor tem o direito de saber sobre todo o processo produtivo e não apenas sobre as condições em que foi produzido” (O FEIRÃO COLONIAL, 2017, p. 43).

Na próxima seção apresentaremos o Projeto a partir do posicionamento específico da Coordenação do Esperança/Cooesperança, conforme a entrevista semi-estruturada que realizamos. Acreditamos que os relatos a seguir expressam também em parte, ou de forma total, o posicionamento dos próprios agricultores familiares, que seguem o modelo de Economia Solidária, proposto pelo Projeto.

5.1.1 As práticas seguidas pela coordenação do projeto

Para essa seção, nos baseamos na entrevista semiestruturada, realizada em Janeiro de 2020, que enfatiza a importância da tecnologia, posicionamentos políticos e econômicos e as mudanças desde o início do Projeto. A entrevista foi feita com a Irmã Lourdes Diel, na sede do Banco da Esperança e durou aproximadamente duas horas. Toda a conversa foi gravada em áudio para posterior análise, bem como algumas observações, registradas no Diário de Campo.

Figura 2 - Entrevista com a Coordenadora do Projeto Esperança Coesperança em Janeiro/2020



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Em relação às formas de comunicação entre a coordenação e os associados do Projeto, a Irmã contou que 90% deles se informam sobre as atividades desenvolvidas pelo Projeto, através do Aplicativo de Mensagens Whatsapp, “nós temos um grupo grande no WhatsApp sobre o feirão né, hoje as notícias são por ali e isso é um ganho porque qualifica o trabalho” (LOURDES DIEI, 2020). Além da tecnologia, ela destacou o apoio recebido pela imprensa local e regional na divulgação das atividades do Projeto, “rádio nós temos acesso livre, jornal, eu sou do tempo que nós íamos cedo na RBS (TV) eu e o Dom Ivo para falar ao vivo” (LOURDES DIEI, 2020). Porém, ressaltou que na mídia nacional ainda falta espaço para os pequenos produtores em relação a outros grupos de agricultores: “a mídia local e estadual dá valor para agricultura familiar e, como eu disse, a nível nacional menos, menos porque para eles o que vale é o agronegócio”(LOURDES DIEI, 2020).

A Coordenadora destacou também que a mídia, principalmente através das notícias, está presente nos assuntos discutidos pelo Projeto, e ainda, que existe uma integração entre as mídias para a disseminação de informações úteis aos agricultores “o pessoal traz para as reuniões, ah eu vi isso aí, eu vi aquilo, o pessoal traz e daí eles colocam no WhatsApp: hoje eu vi no jornal, repercutem, aí o pessoal compartilha, isso é importante” (LOURDES DIEL, 2020).

A Coordenação contou que não interfere na posição dos agricultores em entrevistas que estes venham a conceder para a imprensa, mas disse que existe sim uma orientação para eles “sempre a gente motiva a defender o bem comum, não o particular, essa é a orientação que a gente dá, mas não tenho orientação de: isso tu fala, isso não fala, mas as pessoas já sabem, já tem consciência” (LOURDES DIEL, 2020)

Em relação aos programas de entretenimento, como as novelas por exemplo, as *fake news* e outros conteúdos que possam apresentar discursos contrários ao posicionamento do Projeto, a Coordenadora destacou que em relação à formação, ao trabalho realizado com os agricultores e aos “valores” que estes possuem, existe um nível crítico:

as famílias, as pessoas que tem bom senso, elas sabem filtrar, especialmente a nível nacional, a nível nacional e a nível local também, as pessoas tem que aprender a filtrar o que é verdadeiro e o que não é eu acho que isso o nosso pessoal já tem, uma leitura crítica bastante boa, aliás a gente investe na consciência crítica, a pessoa não engolir tudo que vê (LOURDES DIEL, 2020).

Tratamos ainda, nessa pesquisa, de questões relacionadas ao poder e, desse modo, a influência política no Projeto é fundamental para a compreensão das mediações existentes, principalmente na relação com a Economia Solidária. A situação presenciada durante uma das feiras, em que lideranças do Partido dos Trabalhadores estavam em reunião com os agricultores, mostra que o Projeto possui um viés político de esquerda. Na entrevista isso ficou evidente, já que a coordenação disse que aproximadamente 80% dos participantes se identificam com essa ideologia política e através da defesa de políticas implementadas por esses governos, sobretudo nos últimos anos: “porque quando Valdeci era prefeito, quando Lula era Presidente, quando Olívio Dutra era governador, foi nesses governos que o projeto se fortaleceu” (LOURDES DIEL, 2020). A Coordenadora destacou alguns avanços realizados pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva:

No governo Lula, foi criada a Secretaria Nacional de Economia Solidária, e deu continuidade durante 13, quase 14 anos, então para ver que se criou uma solidez e daí exatamente quando o Lula ganhou as eleições, o Valdeci e o Cassol, por oito anos nós tivemos um trabalho assim de linha direta, foi o tempo que a feira, a FEICOOP mais cresceu (LOURDES DIEL, 2020).

Em nível estadual, se referiu ao Ex-Governador Olívio Dutra “ele criou um grupo chamado Departamento de Economia Solidária dentro do ministério de trabalho e emprego em Porto Alegre, criou um fundo e desse fundo nós fomos beneficiados através de cursos, apoio para feiras, tudo e foram 4 anos” (LOURDES DIEL, 2020). Da mesma forma, destacou o trabalho realizado por Valdeci Oliveira, ex-prefeito de Santa Maria e deputado federal e estadual em outros anos, “O Valdeci nos dava acesso livre [...], nos ajudou a construir projetos e levar a Brasília e quem levava Brasília geralmente era o Valdeci, ou às vezes eu ia também, então isso abriu muito caminho durante 13 anos” (LOURDES DIEL, 2020).

A orientação política do Projeto é aberta e trabalhada nas reuniões de grupo, com a escolha do nome que será apoiado nas eleições “trabalhamos primeiro na reunião da coordenação, que é fechada, umas 20 pessoas, depois, no encontro de umas 70 pessoas, lá na feira mesmo e oficializamos o nome” (LOURDES DIEL, 2020).

Em relação ao Governo de Dilma Rouseff, as políticas voltadas para a Economia Solidária começaram a enfraquecer, até os atuais governos, que tanto na esfera municipal, estadual e nacional, são hoje de centro-direita. Essa falta ou então, redução de incentivos foram percebidas pela coordenação:

no governo Dilma enfraqueceu com toda a questão que deu, mas isso nos ajudou muito de verdade, a gente conseguiu acesso que hoje não consegue mais, a recursos da Petrobras do BNDES da Fundação Banco do Brasil, da Caixa Econômica Federal e hoje, nem um centavo dessas empresas se consegue ver (LOURDES DIEL, 2020).

Devido ao posicionamento político de esquerda, a Coordenação afirma que isso causa uma perseguição ou a falta de apoio por quem pensa diferente dos integrantes do Projeto, “por isso o ano passado, a perseguição da FEICOOP foi grande, por causa da linha política, mas isso também não atrapalhou, pelo contrário, foi uma resistência, então nós temos clareza”, afirmou ela.

Pertencente à Arquidiocese de Santa Maria e à Cáritas, o Projeto Esperança/Coesperança tem uma vinculação com a religião católica relevante para a construção de sua base, bem como, para a fundamentação da Economia Solidária, que norteia o trabalho. De acordo com a coordenação do Projeto todas as religiões são aceitas:

a gente acolhe de forma ecumênica várias religiões, não é critério para o projeto ser católico, agora o projeto é coordenado por uma linha católica, por exemplo, em todas as nossas reuniões a gente começa com uma reza, lê um trecho da Palavra de Deus, conclui com uma reza, uma Mística, isso é da nossa linha, da nossa índole. Eles sabem que o projeto é coordenado pela religião católica então eles já sabem, ninguém pode

se negar a fazer uma corrente, a rezar o pai nosso, ninguém vai se negar a isso, eles é do bom senso, é do bom senso da participação deles (LOURDES DIELE, 2020).

Questão estruturante desse trabalho, a Classe Social está presente nas discussões do Projeto, que adota o modelo de Economia Solidária para reduzir as desigualdades sociais:

a questão de classe social sempre existiu e sempre existirá porque sempre tem os ricos e os pobres, só se um dia o rico ele disser assim, não eu vou tentar nivelar, não queremos mais pobres, aí não existiria mais classe social, mas enquanto rico concentra e o pobre mendiga, sempre terá classe social. É esse desnível social que nós não aceitamos e é esse desnível social que Dom Ivo se indignava muito e eu também me indigna quando vejo isso (LOURDES DIELE, 2020).

Sobre a conscientização dos participantes em relação à Economia Solidária, a Coordenação atribui a adesão dos participantes a uma série de fatores e o assunto é trabalhado através das reuniões e de materiais próprios do Projeto que devem ser estudados por todos como preparação:

Nas reuniões, na reflexão na ajuda mútua e também na Mística. A mística para nós é uma, vamos dizer assim, a força da resistência mas ela tem a força de um ser superior e é isso que nós trabalhamos muito, por exemplo a gente começa e sempre termina com uma reza, uma frase, uma motivação e as pessoas criam uma motivação não só para vender, para produzir, elas criam uma força para lutar e quando as pessoas entram no projeto elas tem que assimilar isso, quem não assimila isso não permanece, ela mesmo se exclui do grupo (LOURDES DIELE, 2020).

A seguir apresentamos os resultados das diversas técnicas de coleta de dados adotadas com as famílias pesquisadas. Por questões éticas, não usamos os nomes verdadeiros das pessoas pesquisadas, bem como, as fotos são apresentadas de forma genérica, sem revelar especificamente a identidade dos informantes. Consideramos que isso não afetará na interpretação dos resultados, já que o intuito da pesquisa, está na compreensão do consumo de mídia por essas famílias e dos aspectos relacionados à situação de classe, através dos informantes selecionados.

5.2 FAMÍLIA 1

A família 1 é formada pelo marido, Marcio, a esposa Sara e o filho Tiago. Os três moram no Distrito de Arroio Grande, zona rural de Santa Maria. Essa foi a primeira família com a qual fizemos contato, por indicação da Coordenação do Projeto e, por conhecê-los devido a uma reportagem realizada para a RBS TV de Santa Maria há dois anos. Fomos apresentados a eles

na Feira, em um sábado de janeiro. Sara se mostrou animada em participar da pesquisa e apresentou o seu espaço de trabalho.

O esposo Marcio tem 45 anos, é católico, se denomina como um agropecuarista. Esse foi o único caso em que um dos pesquisados não se denominou como agricultor familiar. Ele tem Ensino Médio completo e sempre estudou em escola pública. Os pais dele não frequentaram a escola, ambos eram agricultores e ele tem 07 irmãos. Não realiza nenhuma atividade de lazer com frequência, mas é sócio de um clube recreativo e balneário em um bairro da cidade.

A esposa Sara tem 40 anos, é católica, e se denomina agricultora familiar e feirante, mas já trabalhou como comerciante anteriormente. Tem Ensino Médio completo, sempre estudou em escola pública. Tanto o pai, quanto a mãe dela, cursaram o Ensino Fundamental completo e eram agricultores. Sara disse ser sócia também do mesmo clube que o marido, nem sempre tem tempo para atividades de lazer, mas disse fazer passeios, encontrar os amigos e ir ao cinema.

O filho Tiago tem 15 anos, é católico, solteiro e começou, nesse ano, a cursar o Ensino Médio. Estudou um período em uma escola da rede pública, e outro, na rede privada. Os pais têm Ensino Médio completo, e ele se denomina como agricultor. Participa do mesmo clube que os pais, tem momentos dedicados para jogos de videogame e para frequentar o balneário, no qual são sócios.

Em relação à propriedade rural, à casa, à infraestrutura e aos bens de consumo, os três integrantes da família responderam da mesma forma, por isso, apresento de forma única essas composições da propriedade familiar.

A propriedade possui no total 54 hectares, todos próprios, mas apenas 20 hectares são de áreas cultiváveis. A família possui uma produção bem diversificada e já atuam no modelo de agroindústria, uma conquista após vários anos de dedicação para obter a legalização. Produzem queijos, laticínios em geral, mel, panificados, carne de frango, ovos, frutas, doces em calda e chimias. E comercializam, além desses produtos, vinhos, massas, cachaças, embutidos, doces, produtos que vendem em parceria com outros produtores. A comercialização acontece através de feiras na cidade de Santa Maria e entrega direta em alguns mercados.

Figura 3 - Trabalho na Agroindústria



Fonte: Dados da pesquisa.

A casa onde moram na zona rural de Santa Maria é própria, foi construída em 2003. O acesso até a propriedade se dá por estrada de chão batido, já que não há ligação asfáltica até o local. Não existe rede de água encanada na propriedade, essa vem de um poço artesiano próprio. A renda familiar total varia entre 03 e 05 salários mínimos, o valor aqui considerado para o salário mínimo foi o de R\$954,00. Assim, é possível afirmar que a renda total familiar varia entre R\$2.862 a R\$4.770. Desse valor a família ainda paga duas pessoas colaboradoras, uma que ajuda nas vendas do Feirão Colonial e outra no trabalho da propriedade, mas não possuem carteira assinada.

Em relação aos bens de consumo que possuem em casa de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil:

Tabela 2 - Bens de consumo da família 1

Itens de conforto	Não Possui	1	2	3	4 ou mais
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular da sua família		x			
Quantidade de empregados/mensalistas que trabalham pelo menos cinco dias por semana na sua casa/propriedade			x		
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho		x			
Quantidade de banheiros			x		
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel	x				
Quantidade de geladeiras		x			
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex			x		
Quantidade de microcomputadores, considerando computadores de mesa, Celulares, Smartphones, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms.					x
Quantidade de lavadora de louças	x				
Quantidade de fornos de micro-ondas		x			
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional	x				
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca		x			

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação aos usos das mídias e o que cada um dos integrantes consome em cada uma delas, a forma é variada, por isso vamos apresentar de forma separada. Em relação à quantidade de aparelhos, a família possui 04 televisores (nos quartos, na sala e na cozinha), 03 rádios (na sala, cozinha e na cozinha da produção), celulares e computador.

O esposo Marcio disse assistir televisão, ouvir rádio e usar plataformas na internet, não consome meios impressos. A televisão é de canais abertos, não é por assinatura, mas possui assinatura da Netflix. Em relação ao consumo de entretenimento na televisão, não assiste a novelas e séries. Mas assiste a filmes de todos os tipos. Assiste ainda a programas relacionados à atividade rural e à cultura gaúcha. Pelo menos três dias da semana assiste televisão. Quanto à informação, assiste a telejornais diversos. O rádio é usado para ouvir notícias e músicas, mas não interage com nenhuma emissora através de mensagens ou ligações. O acesso à internet é tanto por celular quanto pelo computador e acontece todos os dias, essa internet chega na propriedade via rádio e, por isso, considera a conexão satisfatória. Na internet faz usos variados, tanto para entretenimento, informações e negócios (whatsapp, facebook, sites de agências bancárias, notícias e compras online). Especificamente no facebook busca informações, manifestar pontos de vista em relação a alguns assuntos e conhecer outros pontos de vista.

A esposa Sara diz assistir televisão, ouvir rádio e acessar a internet. Não consome meios impressos. Na televisão, o consumo acontece 2 ou 3 vezes por semana. Em relação ao entretenimento, não assiste a novelas, mas vê filmes de aventura e de comédia mais nos fins de semana, nos poucos momentos que disse estar a família toda reunida. Telejornais, raramente assiste e, quando olha, é o Jornal Nacional. Na rádio, não interage com as emissoras, mas disse escutar toda a programação, notícias e entretenimento. Faz uso da internet pelo celular ou pelo computador. A conexão da internet também é via rádio, mas ao contrário do marido, não está satisfeita com a velocidade da conexão, porque na área rural o sinal é precário, o que foi constatado durante a entrevista que realizamos, em que várias vezes a conexão caiu. Essa entrevista foi por vídeo chamada no Whatsapp e durou 1h40min. Utiliza, diariamente, para acesso a aplicativos de bancos, Facebook, páginas de saúde e receitas. No Facebook utiliza mais como uma forma de passar o tempo e de divulgar produtos e agora criou em parceria com uma estagiária da Polifeira (que funciona na UFSM), uma página para anunciar os produtos da Boutique, que lançou, para vender os produtos com um selo próprio. Faz uso do Instagram, mas somente visualiza a postagem das outras pessoas. Disse que é nas redes sociais que se informa hoje em dia.

Figura 4 - Página criada no facebook para comercializar os produtos



Fonte: Dados da pesquisa.

O filho Tiago assiste televisão, ouve rádio, lê jornal e acessa a internet. Televisão, assiste todos os dias. No entretenimento, assiste a séries na Netflix, filmes de todos os gêneros e não assiste à telenovela. Em relação à informação, assiste ao Jornal Nacional da Rede Globo. Em relação à rádio, ouve tanto músicas, quanto programas de notícias e podcasts, mas não interage com esse veículo através de outros meios. O meio impresso jornal, faz leituras onde encontra um jornal, de assuntos relacionados ao futebol e a tecnologia. O uso da internet é diário, o acesso se dá pelo celular, pela televisão e pelo computador. A conexão também é por rádio e 4G no celular; disse não estar totalmente satisfeito com a velocidade da conexão, pois às vezes a conexão cai ou trava. Acessa aplicativos, redes sociais, sites de notícias e jogos. No Facebook disse buscar informação e usar para entretenimento como “compartilhar memes”. No Instagram, disse se conectar com os amigos e compartilhar a sua vida. Está totalmente ligado no meio digital, no que é lançado, principalmente em relação a jogos. Pesquisa notícias, assuntos que possam contribuir para a vida no campo e mostra para o pai. Com ele, estive cinco vezes durante a pesquisa, e nossa entrevista mais aprofundada foi através de videochamada no Whatsapp, durante uma hora.

Identificamos que nessa família os três integrantes possuem uma familiaridade com as novas tecnologias, mas notamos a ausência do consumo de bens relacionados ao capital cultural, como a leitura de obras literárias ou outros textos, a assistência de conteúdo específicos da própria área rural, por exemplo, que se dediquem a aprofundar a temática do campo. Além disso, não possuem hábitos de lazer como a ida ao teatro, cinema, etc.

Em relação ao trabalho no meio rural, o marido Marcio destacou várias dificuldades, principalmente sobre a infraestrutura e mão de obra no campo:

Acesso precário na maior parte do tempo pelas estradas, o que dá um alto custo de manutenção dos veículos; a rede elétrica fornecida pela companhia de energia não é suficiente e não atende à demanda, e ainda, a dificuldade de encontrar mão de obra qualificada (MARCIO, 2020).

A esposa Sara destacou dificuldades relacionadas à infraestrutura e ao desgaste da saúde, doenças causadas pelo trabalho e revelou a preocupação com o seguimento na atividade:

me preocupo um pouco do que vai ser daqui para diante nesse tempo adiante como que vai ser o que que a gente vai conseguir fazer, até mesmo porque a nossa renda vem daqui e aí por exemplo, você já pensou se acontece, de não conseguir mais trabalhar? (SARA, 2020).

O filho Tiago quer seguir os estudos, mas não sabe se permanecerá no meio rural. Disse ter orgulho do trabalho que realiza, assim como dos pais, mas acredita que o meio rural é desvalorizado pelas outras pessoas:

o povo brasileiro não valoriza o trabalho do agricultor, e isso é uma coisa que me incomoda muito, e dependendo assim, povo brasileiro cai em cima, que nem agora com essa crise e, com essa pandemia, tão falando do preço do arroz, que é 25 um pacote de 5kg, mas é bem fácil chegar lá no mercado e pôr o pacote no carrinho, o pessoal não valoriza o que o agricultor passa, trabalha, essas coisas (TIAGO, 2020).

Em relação ao espaço de trabalho da família 1 na feira, no Centro de Economia Solidária Dom Ivo Lorscheiter, eles são os únicos a terem um espaço diferenciado, uma espécie de “sala separada” para os produtos.

Figura 5 - Espaço de trabalho na feira



Fonte: Dados da pesquisa.

E isso chamou nossa atenção logo na primeira visita. De acordo com a esposa Sara, o espaço “estava vago” e como eles precisavam de resfriadores para manter alguns produtos, ficaram com essa área. Ali comercializam o que é produzido na propriedade rural e também produtos feitos por outros produtores, em que “um ajuda o outro” na venda. Nessa família, muitas são as parcerias estabelecidas com outros produtores, o que garante maior renda. No local, trabalham a esposa Sara e o filho Tiago, é ela a responsável pela administração do local.

O marido Marcio cuida das vendas em outra feira, junto à Universidade Federal de Santa Maria e das questões logísticas.

Tiago sempre se mostrou tímido durante as vezes em que estivemos juntos. No terceiro encontro conseguimos uma maior aproximação, ele estava com um aparelho ouvindo música, uma espécie de “ipod”, demonstrava grande familiaridade com o aparelho e chamou para ouvir junto. Falamos sobre o consumo de músicas, revelou gostar do ritmo, era um ritmo eletrônico e contou que as outras pessoas da família não gostavam muito. Tiago ajuda a mãe nas feiras e atende aos clientes com total domínio dos produtos, negocia e recebe pelos itens vendidos.

Eles contam com a ajuda de uma funcionária, mas que não possui carteira assinada. Ela ajuda a atender aos clientes em dias de feira. Em um dos dias, também busquei conversar com ela, comprei alguns produtos e durante a “negociação” ela contou um pouco de como funciona sua rotina ali.

Essa família apresenta características importantes que serão aprofundadas no decorrer dos resultados. Um forte engajamento com o projeto e as práticas de economia solidária, parcerias com outros produtores, o que lhes garante maior competitividade no mercado de trabalho, uma maior criticidade em relação à mídia e uma constante busca pelo aperfeiçoamento das rotinas produtivas na propriedade.

5.3 FAMÍLIA 2

A família 2 é formada pelo marido Luis, a esposa Ineri e mais quatro filhos: Priscila, Marcia, Bruno e Tiago. Os dois filhos homens não moram mais junto com o casal no Distrito de Arroio Grande, zona rural de Santa Maria. Essa família foi a terceira com que fiz contato, no dia em que estive no Feirão. Luis faz parte do grupo de seis agricultores familiares que “dividem o mesmo espaço na feira” para comercializarem os seus produtos. Na nossa primeira visita à feira, a filha Priscila, que também entrevistamos nessa pesquisa, ajudava o pai, conversamos com os dois, pareceram tímidos, de poucas palavras, mas se mostraram dispostos em participar da pesquisa. Demonstramos interesse em alguns dos produtos que estavam expondo, conversamos sobre o período de estiagem pelo qual o município passava e o quanto isso afetava o trabalho deles.

Luis tem 51 anos, é mórmon, já trabalhou como motorista e hoje se denomina como agricultor. Estudou até a quinta série em escola pública. Seus pais não foram à escola. O pai trabalhava como agricultor e a mãe cuidava dos afazeres domésticos. Tanto seu Luis, quanto os outros integrantes da família disseram não ter tempo para atividades de lazer, são mais caseiros,

passando os dias em função do trabalho e, as filhas, dos estudos. Luis faz feira seis dias por semana, uma rotina de trabalho puxada, mas que ele diz gostar muito, pois “está acostumado, sempre desde pequeno lidei aqui.” Nossa entrevista foi na propriedade da família. Seu Luis estava trabalhando junto a um açude nesse dia, mas como havíamos combinado que eu iria até lá, interrompeu o trabalho para nos receber, onde conversamos por cerca de uma hora.

Ineri tem 48 anos, sempre trabalhou como agricultora, mas há dois anos parou de ajudar a família no trabalho no campo em função de problemas de saúde na coluna. É evangélica e estudou somente até a 2ª série do Ensino Fundamental em escola pública. Seu pai trabalhava em uma olaria e a mãe era responsável pela casa, ambos não sabiam ler nem escrever. Nossa conversa principal, foi um dia por telefone, cerca de 15 minutos em que me contou um pouco da sua rotina em casa. Em outra oportunidade, lembro que me recebeu na varanda de casa, com toda atenção, ali permaneci por 3 horas, uma hora, conversando com ela.

Priscila tem 18 anos, foi a primeira filha do seu Luis com quem tive contato, estava ajudando o pai na feira quando os conhecemos. A jovem é solteira, está no 2º ano do Ensino Médio de uma escola pública. Trabalha como jovem aprendiz em uma rede de supermercados. Por causa do trabalho e dos estudos se desloca diariamente até a cidade. Com ela, mantive contato, principalmente, pelo Whatsapp durante todo o período de pandemia e nossa entrevista foi através de videochamada.

Marcia tem 31 anos e é a filha com maior escolaridade na família. Após terminar o Ensino Médio, fez cursos técnicos em administração e contabilidade e na área da radiologia. Não atua nessas áreas, mas além de ajudar a família no campo, se desloca todos os dias da semana para a cidade, onde faz trabalhos como empregada doméstica. Marcia conta que não pensa em sair do campo, que nunca morou na cidade e que “não troca essa vida (no campo) por nada”. Foi muito atenciosa em todos os contatos, sejam presenciais ou por telefone. Sempre nos convidou para voltar à propriedade e visitá-los em outros momentos.

Quanto à propriedade rural, à casa, à infraestrutura e aos bens de consumo, os quatro integrantes da família responderam da mesma forma, por isso, apresento de forma única essas composições da propriedade familiar. A propriedade possui no total 5.5 hectares, sendo 1.5 hectares próprios e o restante arrendado, mas apenas 1 hectare é cultivável. A produção é voltada para verduras, legumes e frutas diversas conforme a estação do ano. Alguns produtos são comprados e revendidos no feirão do Projeto.

A casa onde moram na zona rural de Santa Maria é própria, o acesso até ela se dá por uma estrada de chão batido, já que não há ligação asfáltica até o local. Mas é localizada a 3 quilômetros da cidade, o que facilita os deslocamentos quase diários da família. Não existe rede

de água encanada na propriedade, essa vem de uma nascente. A renda familiar total varia entre 01 e 03 salários mínimos, o valor aqui considerado para o salário mínimo foi o de R\$954,00. Desse modo, é possível afirmar que a renda total familiar varia entre R\$954,00 a R\$2.862,00.

Figura 6 - Casa da família, no interior de Santa Maria



Fonte: Dados da pesquisa.

Nota 1: À direita, uma das hortas onde cultivam os produtos.

Em relação aos bens de consumo que possuem em casa de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil:

Tabela 3 - Bens de consumo da família 2

Itens de conforto	Não Possui	1	2	3	4 ou mais
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular da sua família		X			
Quantidade de empregados mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana na sua casa/propriedade	X				
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho		X			
Quantidade de banheiros			X		
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel		X			
Quantidade de geladeiras		X			
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex		X			
Quantidade de computadores, considerando computadores de mesa, Celulares, Smartphones, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms.		X			
Quantidade de lavadora de louças	X	X			
Quantidade de fornos de micro-ondas		X			
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional		X			
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca		X			

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere aos usos das mídias e o que cada um dos integrantes consome em cada uma delas, a forma é variada, por isso vamos apresentar de forma separada. Em relação à quantidade de aparelhos informados na tabela acima, houve uma diferença ao informado por eles durante as visitas, então, a família possui 02 televisores (em um dos quartos e na sala), 01 rádio (na cozinha e na cozinha da produção), celulares e um tablet.

Luis disse assistir à televisão quase todos os dias, “a tv fica ligada ali e a gente está lá dentro e olha”, mas isso depende muito do trabalho, dos horários que tem livre. Disse que às vezes assiste a algum filme, ao Jornal Nacional e aos jornais do Almoço e RBS Notícias, todos da Rede Globo. Disse não perder o futebol de seu time, o internacional de Porto Alegre e o Programa Globo Rural, exibido aos domingos para saber das coisas do campo: “tem muita coisa ali que eles te ensinam quê e o cara não sabe. Muita é uma das coisas que quando eu não tô no serviço de manhã eu se puder eu assisto” (Luis, 2020).

Jornais e revistas lê raramente, quando compra algum jornal nos dias do Feirão e leva para casa. Seu celular tem internet, mas utiliza mais para ligações ou para falar com algum colega de trabalho, quando precisa. Todas as vezes que lhe liguei, sempre atendeu, o mesmo

não aconteceu com as várias tentativas de contato pelo Whatsapp. Um dia a filha Priscila destacou “o pai não mexe muito mesmo”, se referindo ao celular.

Ineri disse que assiste a novelas e a telejornais quase todos os dias, "principalmente aquela das 7 e o jornal que vem depois", contou, se referindo ao Jornal Nacional. A assistência das novelas é compartilhada com as filhas, “faço um mate e a tv tá ligada”. Assim como o marido, lê o Jornal da cidade raramente, quando ele compra e leva para o interior. Destacou que moram longe, que não entregam na propriedade e por isso não fazem assinatura. No rádio não costuma ouvir músicas ou programas de alguma estação específica, pois o rádio está sempre com algum CD tocando “hinos religiosos” que disse gostar muito. Não utiliza a internet, deixa “para os filhos isso”, destacou que tem um celular, mas que está estragado e é “aquele de tampinha ainda, pequeno que comprei” para destacar que não possui acesso à internet por ele.

Figura 7 - Local de assistência da televisão, na sala, meio consumido por todos os familiares

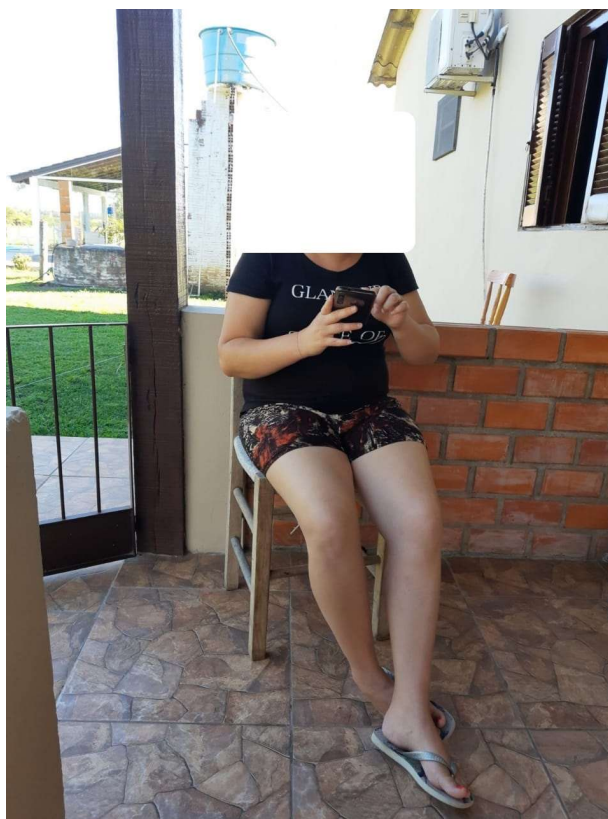


Fonte: Dados da pesquisa.

Priscila se divide principalmente entre a televisão e o celular. Assiste à televisão quase todos os dias e gêneros variados. Acompanha novelas, principalmente das 19h e das 21h. E ainda o Jornal Nacional. Também assiste a séries americanas através da Plataforma Netflix e programas de investigação no Canal Discovery. No celular, onde também utiliza internet, não usa redes sociais, pois não gosta. Mas tem whatsapp, usa aplicativos de bancos, faz pesquisas escolares e acompanha ali algumas notícias do dia a dia. A internet da família é via rádio, então as duas filhas destacaram que a conexão é boa e atende às necessidades.

Já a filha Marcia assiste televisão todos os dias, principalmente a jornais e a novelas. Não escuta rádio, mas ouve músicas pela internet, no YouTube e no celular, por exemplo. Usa a internet também para pesquisas escolares e para acessar as redes sociais, onde disse que está sempre dando uma olhada. É pela internet, através do que vê nas redes sociais, como o Facebook, que disse se manter informada do que está acontecendo e também por onde agenda as limpezas que realiza em casas da cidade.

Figura 8 - Márcia usando um aplicativo de mensagens durante uma tarde



Fonte: Dados da pesquisa.

Identificamos que nessa família os filhos possuem familiaridade com as novas tecnologias e, que os pais, pela idade consideram que isso é “coisa mais para os filhos”. As duas filhas dividem a vida entre o campo e a cidade por causa dos estudos e do trabalho, mas gostam de estar no meio rural ajudando os pais. São elas as que mais utilizam novas tecnologias, como o celular. A Economia Solidária é algo mais presente para o pai, seu Luís e para Priscila. Dona Ineri e Márcia, como não trabalham com a feira, disseram não saber muito “o que acontece lá”.

5.4 FAMÍLIA 3

A família 3 é formada pelo marido Valdir, a esposa Josiane e os filhos Felipe e Flávia. Os quatro moram no Distrito de Pains, Zona Rural de Santa Maria. Essa foi a última família com a qual fizemos contato. Foram indicados pela Irmã Lourdes, que achou interessante a participação deles pelo fato de serem um casal bastante envolvido com o Projeto e por terem filhos envolvidos com a agricultura.

Valdir tem 51 anos, é católico, agricultor familiar e tem Ensino Fundamental incompleto, sempre estudou em escola pública. Seus pais eram agricultores e cursaram o ensino fundamental, mas ambos não concluíram. Tem apenas um irmão. Valdir relatou que apresenta algumas dificuldades físicas, pois tem diabetes, feridas nas pernas e dores musculares crônicas em função da doença, o que acaba limitando o seu trabalho no campo.

Josiane tem 48 anos, é católica, agricultora familiar e filha de agricultores. Tem Ensino Médio completo. Assim como o marido, não tem muito tempo para atividades de lazer, em função do trabalho.

A filha Flávia tem 18 anos, católica, concluiu o Ensino Médio e agora está cursando Educação Especial na Universidade Federal de Santa Maria. Sempre atenciosa, nesse período de pandemia, era ela quem respondia às mensagens que encaminhávamos pelo Whatsapp para mantermos contato.

Felipe tem 13 anos, católico, estuda no 8º ano do Ensino Fundamental em uma escola pública na zona rural da cidade.

Tanto Flávia quanto Felipe disseram que gostam muito de morar na Zona Rural e que no futuro querem continuar no campo. Já moraram na cidade anos atrás com os pais, mas contam que não deu muito certo. Os dois ajudam os pais no trabalho do campo em tudo o que podem. Felipe contou que quer cursar uma faculdade, pensa em agronomia, para seguir no trabalho dos pais e qualificar a propriedade. Flávia, que estuda a área da educação, disse que não pensa na agricultura como uma profissão para o futuro, mas quer morar no campo. Pois não troca a vida no campo por nada. A jovem disse que quer seguir plantando, para o próprio consumo e não quer abandonar a propriedade, “tu não passa necessidade, se um dia tu se apertar, tu não passa fome, não passa sede, tu tem como se virar, e outra que a gente gosta muito de morar pra fora”, contou Flávia.

Quanto à propriedade rural, à casa, à infraestrutura e aos bens de consumo, os quatro integrantes da família responderam da mesma forma, por isso, apresento de forma única essas composições da propriedade familiar. A propriedade possui no total 14 hectares, sendo 03

hectares próprios e o restante arrendado, mas apenas 2 hectares são cultiváveis. Se denominam como pequenos produtores rurais. Produzem mandioca, cana, batata doce, frutas e verduras diversas e ainda, plantam milho. Os mesmos produtos são vendidos na Feira do Projeto Esperança/Coesperança e no caso da cana, é transformada em melado e caldo de cana para a venda.

A casa onde moram na zona rural de Santa Maria é própria, o acesso até ela se dá por uma estrada de chão batido, já que não há ligação asfáltica até o local. Não existe rede de água encanada na propriedade, essa vem de um poço. A renda familiar total varia entre 01 e 03 salários mínimos, o valor aqui considerado para o salário mínimo foi o de R\$954,00. Desse modo, é possível afirmar que a renda total familiar varia entre R\$954,00 a R\$2.862,00.

Em relação aos bens de consumo que possuem em casa de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil:

Tabela 4 - Bens de consumo da família 3

Itens de conforto	Não Possui	1	2	3	4 ou mais
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular da sua família	x				
Quantidade de empregados mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana, na sua casa/propriedade	x				
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho		x			
Quantidade de banheiros				x	
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel	x				
Quantidade de geladeiras		x			
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex				x	
Quantidade de microcomputadores, considerando computadores de mesa, Celulares, Smartphones, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms.					x
Quantidade de lavadora de louças	x				
Quantidade de fornos de micro-ondas		x			
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional	x				
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca	x				

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere aos usos das mídias e o que cada um dos integrantes consome em cada uma delas varia um pouco, por isso vamos apresentar de forma separada. Em relação à quantidade de aparelhos, a família possui 02 televisores (um na cozinha e outro na sala), não

possuem tv por assinatura ou algum serviço pago de streaming. Possuem 01 rádio (na cozinha) e celulares.

Valdir disse que assiste televisão sempre que tem tempo, já que o trabalho lhe consome um bom período do dia. Em relação aos telejornais, Jornal do Almoço e Jornal Nacional são os que ele assiste. Novela tende a ver mais a das 19h pois é um horário que a família já terminou o trabalho na maioria das vezes e costumam assistir juntos. Não lê jornais e nem revistas. Em relação ao rádio ouve programas diversos e acompanha as notícias. Em relação a internet disse que é mais para os filhos, mas tanto ele quanto a esposa faz pesquisas relacionadas à agricultura, quando precisam.

Josiane também usa a internet para pesquisar receitas, coisas que pode fazer em casa, como comidas, tutoriais, como aproveitar os chás que tem na propriedade, etc. Nessa família, a inserção da internet foi através do celular, para que os filhos pudessem estudar e fazer pesquisas escolares. A conexão era pela tecnologia 3G. Nesse momento de pandemia precisaram assinar um plano de internet e agora possuem Wi-Fi em casa. Flávia contou que isso está sendo fundamental para que ela e o irmão possam continuar estudando. Mas relatou que por morarem longe da cidade, a conexão é lenta e não funciona direito.

Em relação ao consumo dos demais meios, todos costumam assistir televisão juntos. Tanto novelas, quanto jornais da Rede Globo. O Rádio da família fica na cozinha e sempre está ligado com as notícias da cidade.

5.5 DIFERENÇAS E SIMILITUDES ENTRE AS FAMÍLIAS

Após apresentarmos as três famílias de informantes, destacamos agora alguns aspectos do modo de vida e do modelo de produção, que identificamos enquanto semelhanças ou diferenças entre elas. O objetivo é mostrarmos aqui, alguns fatos que permitam compreender como essas questões se configuram na articulação cotidiana das famílias e como podem atuar na construção da identidade de classe e na leitura da representação do rural.

As três famílias são engajadas com o Projeto Esperança/Cooesperança e demonstram conhecer o funcionamento das atividades, até mesmo pelo tempo que participam, que varia de 6 a 10 anos entre elas. Conhecer o Projeto, faz com que se identifiquem com o modelo de economia solidária e, identifiquem as demais famílias participantes que não seguem totalmente o modelo de ajuda mútua e solidário.

Em algum momento da trajetória, principalmente entre a juventude e os primeiros anos de casados, as três famílias tentaram sair do meio rural para trabalhar na cidade. A prática se deu por volta dos anos 1990, onde o êxodo rural era frequente principalmente na região sul do Brasil, já que os jovens deixavam o campo para tentar melhores condições de vida na cidade. Nos três casos, as famílias retornaram para a vida no meio rural e entraram no Projeto com o mesmo propósito, inicialmente econômico, de conquistar mais renda. Hoje, o apego a terra e “o amor pelo campo”, faz com que exista uma certa conformação, principalmente entre os casais, de que a vida no meio rural é melhor, como já identificado em outras pesquisas voltadas para a sociologia rural, onde nesse meio, os agricultores se sentem mais seguros, com mais acesso aos alimentos, à natureza, etc. Esses sentimentos, podem ser atribuídos, possivelmente como uma oposição ao período em que tentaram a vida na cidade, que se caracterizou por experiências negativas, como relatado pelos informantes.

Os jovens de todas as famílias pesquisadas também mantêm características em comum. Todos acreditam na importância da educação para uma vida melhor, assim, todos estudam, buscam cursos técnicos ou de graduação e em dois casos, os jovens pensam em seguir estudando inclusive na área rural, para poder seguir futuramente no campo. Muito dessa ideia, vem do incentivo dos pais, que por não terem dado sequência aos estudos e por viverem hoje com certas limitações financeiras, que lhes impedem de conquistar outras coisas, ou então, que os motivam a buscar novas estratégias no meio rural, dão condições para que os filhos estudem. Essas condições e o incentivo, são características que os casais não tiveram de seus pais e por isso, com exceção da família 1, não conseguiram concluir mais que o Ensino Fundamental.

As três famílias também vêm de uma origem pobre, cujos pais eram pequenos agricultores. Desse modo, a reprodução da vida no campo, se deu como uma alternativa inicial para todos, que com pouco estudo, não conseguiram se colocar profissionalmente na cidade. Podemos destacar aqui, a teoria de Bourdieu (2003), ao mostrar a relação entre o sistema de ensino e a estrutura das relações entre as classes.

Hoje, essa reprodução na estrutura familiar é percebida também junto aos jovens, que assim como define Schneider (2003), integram-se aos processos de trabalho, primeiro com atividades mais simples, acompanhando os pais em algumas tarefas e ajudando em casa. Aos poucos, estes assumem atribuições de maior importância e “chegam à adolescência não só dominando as técnicas observadas durante sua vida, mas os principais aspectos da própria gestão” (SCHNEIDER, 2003, s/p). Os jovens engajados no movimento de economia solidária, atuam dessa forma, inclusive compartilhando decisões nos processos familiares.

As três famílias destacaram não ter tempo para atividades de lazer, principalmente por causa das rotinas de trabalho. Nesse aspecto, foi possível verificar que os poucos momentos de descanso, em que estão em casa, nos fins de semana, ou dias que não fazem feiras, são compartilhados com os meios de comunicação como meio de socialização. Principalmente com a televisão para a assistência de filmes ou jogos e ainda, com o celular para acesso às redes sociais. Assim, pode-se dizer que nas três famílias a ubiquidade da mídia não é presente como em outros contextos, especialmente urbanos. Por outro lado, assim como afirma Escosteguy (2019), essa menor presença, pode refletir nas questões das leituras midiáticas do rural, ao se associar com um menor grau de “atenção das instituições (Estado, iniciativa privada) para com eles e com seu espaço, gerando a sensação de menos integração aos demais espaços, especialmente às cidades e à nação” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 190).

Entre as características que chamam atenção pelas diferenças entre as famílias, percebemos que na família 1, existe maior capital cultural e econômico, caracterizando uma diferenciação entre as próprias famílias participantes do Projeto. O casal concluiu o Ensino Médio e possui mais capital econômico para aquisição de bens de consumo, sendo que o tamanho da propriedade é dez vezes maior, quando comparado à outra família pesquisada nesse trabalho. A esses fatores, o casal atribui muito trabalho e a busca por estratégias para a conquista de melhorias. Outra diferença é em relação ao espaço de comercialização na feira, que já abordamos anteriormente, e a contratação de um funcionário para ajudar no trabalho. A família ainda executa um dos princípios da economia solidária, em relação às parcerias, na qual busca produtos de outras famílias para vender no local, na maioria, produtos feitos por outras agroindústrias, o que não vai gerar uma competição com os demais feirantes. As agroindústrias são outra forma de os agricultores conseguirem aumentar a renda, pois agrega valor aos produtos que muitas vezes não conseguiriam comercializar. Ou seja, as agroindústrias são uma das opções, que além de agregar valor ao produto, facilitam a comercialização.

Em relação ao consumo midiático, a família 1 também se diferencia em relação à crítica aos meios de comunicação audiovisuais, como a televisão e o rádio. A criticidade e, até mesmo, negar a assistência em relação à televisão, especialmente a Rede Globo, não é sinônimo de não assistir esse meio. Sobre a internet, é a família que mais utiliza o celular para pesquisas, consumo de notícias, funcionalidades para as rotinas da propriedade rural, para o trabalho e também para comercializar e divulgar os produtos que vendem na feira.

Na família 2 chama atenção o tamanho da propriedade, são apenas 5.5 hectares, por isso, os agricultores familiares lançam mão de estratégias para conseguir produzir e manter os produtos para a comercialização durante todo o ano, mostrando que uma produção organizada

e planejada, com o aproveitamento da área, pode ser suficiente para a demanda. Porém, são poucas as estratégias que busquem efetivamente uma produção mais diversificada, o que poderia vir a incrementar a renda da família, como destacado por uma das filhas ao dizer que o pai não é muito aberto à inovação, como implantar novas culturas e tecnologias na propriedade.

Por outro lado, ser a família com menor capital econômico, revela algumas características principalmente entre os filhos da família. Dois deles, que não entrevistamos, já saíram de casa para trabalhar na cidade e não moram mais com os pais e as duas filhas seguem uma tendência apontada por Schneider (2003), de que aumenta o número de unidades agrícolas familiares em que as mulheres trabalham em tempo parcial ou integral fora da propriedade, seja para atender as demandas econômicas da família ou por outros objetivos como reconhecimento social, busca por estudo, etc. No caso específico da família, as filhas trabalham em serviços considerados subalternos, mas não pensam em sair da propriedade rural.

Além do baixo capital econômico, pelo tamanho da propriedade, bens de consumo e pela renda, o capital cultural através da obtenção de títulos escolares também é menor nessa família, com exceção das filhas, que continuam estudando e buscando qualificação.

Na família 3 os dois filhos chamam atenção pelo envolvimento com a propriedade rural, com o trabalho dos pais e com a vontade de estudar para qualificar o trabalho e a renda. Os dois disseram que não se veem fora do meio rural e, por isso, o filho mais novo diz que pensa até em fazer mestrado para poder trazer mais conhecimento para a propriedade. Os pais apoiam e incentivam os filhos a estudarem, a educação é o meio encontrado como uma esperança para o futuro dos filhos frente às dificuldades do setor. Existe uma consciência por parte dos agricultores e seus filhos da importância da educação formal para o exercício da atividade rural. Nessa família, o tamanho da propriedade é intermediário entre a família 1 e 2, sendo que esse fator pode ser uma justificativa para a diversificação da produção.

Em relação ao consumo midiático chama atenção o fato de os jovens direcionarem o uso apenas para atividades escolares, por considerarem “uma perda de tempo” e privilegiarem o tempo dedicado ao trabalho.

5.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.6.1 Socialidade

Considerando que essa mediação está relacionada às relações do cotidiano, é a partir dela que se baseiam as interações entre os sujeitos e a construção das identidades. Abaixo,

através das categorias propostas para organização dos resultados, apresentamos uma análise dos dados encontrados através das técnicas adotadas.

5.6.1.1 Família

É no ambiente familiar o local onde encontramos a essência da agricultura familiar, pois é essa formação estrutural que garante sua manutenção e o trabalho na propriedade, já que os princípios da agricultura familiar estão na utilização da força de trabalho (SCHNEIDER, 2003) da família. É através dessa estrutura que os indivíduos organizam o consumo de mídia, as rotinas de trabalho, suas crenças e valores. No caso das famílias pesquisadas, podemos observar que os valores, as tradições herdadas e a constituição familiar são consideradas muito importantes, são traços herdados de outras gerações e, que são passados de pai para filho. A memória, a história e as tradições são fundamentais para a construção da identidade dos indivíduos e, esse processo nunca pode começar do nada (THOMPSON, 1998), vai se construindo sobre o contexto social no qual estão inseridos, através de seus valores, crenças e padrões de comportamento que são transmitidos do passado, bem como com a convivência com novos valores emergentes.

Embora em algum momento da vida, 07 dos 11 informantes tenham morado por alguns períodos na cidade, a origem no campo e as características presentes nesse meio, motivaram o retorno para a zona rural, para seguirem o legado dos pais, como destacou Marcio, “a origem acaba chamando e a gente acabou retornando” (Marcio, Família 1, 45 anos). Mas muito mais que uma tradição, é no meio rural que as famílias conseguem uma garantia de renda e um local para essas famílias viverem. Em todos os casos em que as famílias procuraram morar na cidade, percebemos que a questão financeira também foi um fator que determinou o retorno para o campo, já que muitos não se adaptaram à vida na cidade e outros não conseguiram manter os negócios. Desse modo, no campo, os pais dizem que conseguem dar uma vida digna para os filhos serem criados, o que acaba sendo uma justificativa para aquilo que eles não conseguiram ser e manter, atribuindo assim, à vida no campo, valores que disfarçam uma identidade social afirmada na diferença dos agricultores familiares com as elites dominantes presentes na cidade.

Esses vínculos familiares com o meio rural podem ser observados em todas as famílias pesquisadas e, é através da vida na propriedade, que os filhos, desde pequenos, começam a frequentar o feirão colonial, ajudar na horta e desenvolver um gosto pelo campo, como pode ser observado na fala de Flavia:

aqui é calmo, é tranquilo, é mais seguro que na cidade, é um paraíso morar aqui. Eu tenho orgulho e gosto de trabalhar aqui. O pai e a mãe sempre ensinaram a gente a dar valor para as coisas, sempre ensinaram a gente a saber o que custa, porque nada cai do céu, tudo tem um custo, tem um trabalho (Flavia, 18 anos, família 3).

As relações de gênero também ficam evidentes nas vivências das três famílias, principalmente entre os casais, onde o homem assume o papel de autoridade familiar, mas no que tange à organização da casa, bem como, do trabalho relacionado à economia solidária, as atividades ficam sob responsabilidade da mulher, o que foi destacado também pela irmã Lourdes, sobre o protagonismo que a mulher envolvida no movimento de economia solidária acaba assumindo. Sara resume essa situação ao falar das decisões e do trabalho na propriedade, “sempre foi meio que só eu mesma tomando as rédeas sabe” (SARA, Família 1, 45 anos).

Podemos pensar aqui no que Godoi, Menezes e Marin (2009) apresentam sobre as decisões tomadas na propriedade e que ficam centralizadas nas mãos do homem, uma prática que por muitos anos pode ser observada na sociedade em vários grupos sociais, principalmente entre as camadas populares. Os autores destacam essa perspectiva a partir do campesinato, mas, na agricultura familiar, engajada no movimento de economia solidária, conseguimos perceber através da mediação familiar, que mesmo que o homem mantenha perante a sociedade uma autoridade moral (SKEGGS, 1997), a mulher e os jovens assumem um protagonismo nessas relações, tanto dentro da família, quanto no trabalho. As decisões costumam ser tomadas em conjunto e tanto as mulheres quanto os jovens buscam soluções e participam ativamente das rotinas e decisões cotidianas.

E desse modo, a mediação familiar, considerada fundamental para Martín-Barbero, define questões relacionadas aos capitais, em uma articulação com Bourdieu, como por exemplo, o capital cultural. As mães das famílias 1, 2 e 3 não seguiram com os estudos, em função das situações vivenciadas no ambiente familiar. Sara disse que até começou a faculdade, mas não teve o apoio de Marcio, depois do nascimento do filho:

meu marido não ficava com ele e daí eu acabei que reprovei e daí me desestimelei, acabei trancando passou um ano passou dois passou três e eu acabei nunca mais voltando então faltou persistência da minha parte e faltou isso que nem eu digo, o apoio. Eu penso que se eu tivesse continuado talvez eu não estaria aqui, porque se eu tivesse me formado com certeza eu teria arrumado um emprego na cidade (SARA, 40 anos, família 1).

Ineri conta que desde pequena foi criada no meio rural e devido às dificuldades de acesso e a falta de incentivo por parte de seus pais, não seguiu com os estudos, “eu vejo por mim né,

estudei pouco por causa dos meus pais, era pobre, humilde e era bastante irmão, era 5 ou 6. Tanto fazia se ia na aula ou não” (INERI, 48 anos, família 2).

Josiane, também se sentiu desestimulada e sem apoio familiar para dar sequência aos estudos, “foi ficando, ficando, daí não fui mais, rodei duas vezes e aí não fui mais, até me arrependo” (JOSIANE, 48 anos, família 3).

Podemos recorrer aqui ao que Martín-Barbero (2013) propõe sobre os aspectos relacionados à situação de classe dos indivíduos. Essas questões irão se manifestar no cotidiano e articular os modos de vida, interferindo por exemplo, nesses aspectos que determinam as vivências das famílias, os grupos que frequentam, as escolas que ingressam ou deixam de ingressar, a forma como se relacionam com a mídia, etc.

Nesse sentido, a mediação familiar atua também no incentivo em relação a busca por estudo e melhores condições de vida, pois a educação é tida como fundamental nas três famílias. Além dos pais apoiarem e incentivarem que os filhos estudem, todos têm consciência da importância de buscar mais conhecimento para seguir tanto no meio rural, quanto em outra profissão, como ressaltou Valdir, que incentiva os filhos a estudarem na esperança de que eles tenham melhores condições de vida, “eu prefiro que eles estudem, eu dou todo apoio para estudarem, se formarem, ter um bom emprego, salário, estabilidade financeira” (VALDIR, 51 anos, família 3).

Como considera Reich (2017) a família pode ampliar e também incentivar a busca por um maior capital cultural através da escola. No caso das famílias pesquisadas, a busca por estudo está sempre relacionada ao desenvolvimento do trabalho na propriedade e a questão econômica. Nesse caso, o núcleo familiar mostra-se como base para a constituição das relações sociais, do círculo de amigos, para o lazer e para a aquisição do capital cultural.

Em relação à forma como a questão geracional se manifesta nas famílias, o relacionamento entre pais e filhos se dá a partir de uma construção de respeito e ajuda mútua. Os jovens demonstram serem agradecidos pelo que os pais fazem, “eu quero ajudar meus pais também, e retribuir o favor deles, quero ajudar bastante” (PRISCILA, 18 anos, família 2). Em relação às outras pessoas, externas à família, é possível perceber uma resistência e uma discordância sobre como as pessoas mais idosas pensam, “parece que as pessoas mais jovens são mais interativas, elas procuram entender mais as coisas sabe, e as pessoas mais velhas não, elas foram criadas naquele sistema, daquela forma” (FLAVIA, 18 anos, família 3).

O destaque dos jovens, e também de alguns dos pais com idade abaixo de 50 anos, em relação às pessoas mais velhas, é que essa situação incomoda principalmente na relação feirante/cliente, onde são essas pessoas “mais velhas” as que menos valorizam o trabalho do

agricultor familiar. Como essa questão apareceu de forma repetitiva ao longo da pesquisa, acreditamos que possa ser uma reivindicação por valorização, já que seria o único público, não na totalidade, a levar em conta mais o fator econômico na hora da compra, não considerando os valores que estão presentes entre os novos movimentos sociais (EDER, 2002), como cuidados ambientais, qualidade do produto, a forma como é produzido, etc.

É dentro do ambiente familiar que são evidenciadas algumas virtudes pessoais como formas de se alcançar os objetivos e buscar uma melhor condição de vida. Marcio diz que:

a gente nasceu no meio de pessoas que trabalham, que batalham, eu sempre digo assim, pobre você nasce, pode nascer pobre, mas miserável só é quem quer, você consegue ser pobre, ter uma vida digna trabalhando né, correndo atrás dos seus ideais e seus objetivos né, então vamos dizer assim, a minha família, a família da Sara era assim, os irmãos dela são assim, tu entende? Então eu acho que o meio faz a pessoa né, a gente se criou nesse meio assim e isso vai fazendo a índole (MARCIO, 45 anos família 1).

Também fica evidente, uma crença na meritocracia, onde se justifica a desigualdade social ao vinculá-la à diferença de empenho e de competência individuais. A classe social na qual os agricultores familiares estão inseridos, faz com que no ambiente familiar, esses valores morais sejam reafirmados. São aspectos comuns aos batalhadores, na perspectiva de Souza (2010; 2016), que se mantém entre os participantes do movimento de economia solidária ou que talvez, sejam reforçados por essa condição, já que existe o estímulo a partir do movimento, para que as famílias cultivem preceitos de vida básicos para a convivência humana. Desse modo, destacamos a fala de Sara, “às vezes não adianta tu ter uma conta bancária recheada, ter um monte de dinheiro, ter um monte de carro do ano, viagens, se você não tem o mínimo de educação, consideração” (SARA, 40 anos, família 1).

Essas condições colocadas como fundamentais perante o capital econômico, são formas, segundo Souza (2010), de redimir sua condição financeira, a partir de uma sólida noção de dignidade e honestidade. Para o autor, a classe trabalhadora na qual estão as famílias de agricultores familiares, a partir da sociologia do trabalho, faz da necessidade, um padrão de vida, aceitando e internalizando sua condição, como nos contou Tiago, ao destacar valores que procura carregar ao se relacionar com outros grupos do qual não costuma fazer parte, “honestidade, tu sempre ser honesto com as pessoas, isso eu vejo principalmente” (TIAGO, 15 anos, família 1).

Também é a partir da mediação familiar que podemos interpretar a relação dos informantes com a mídia, já que os diferentes meios estão presentes em praticamente todos os momentos do dia, seja como organização da ritualidade familiar, que ampliaremos a seguir, ou

nas leituras do modo de vida, de valores e de tradições que eles contrapõem ou reproduzem. A própria aquisição de dispositivos digitais, passa pela relação com o trabalho e a participação nas relações familiares. Tiago conta que é a partir do trabalho na feira que consegue comprar alguns jogos, com o dinheiro que ganha:

O pai e a mãe, o que eles me dão é o básico, educação, carinho deles, uma casa para morar e o resto eu batalho para conseguir, particularmente para eu saber o valor das coisas (TIAGO, 15 anos, família 1).

A partir das discussões estabelecidas dentro da família, se formam opiniões e leituras sobre os conteúdos exibidos na mídia, ou então, sobre a utilização de dispositivos para a organização do trabalho, que acabam sendo compartilhadas por todos os integrantes da família. Baseado em Livingstone (2002), podemos dizer que a utilização dos meios afeta a maneira pela qual a família interpreta as diversas relações com o mundo social. Mesmo com diferenças geracionais, foi possível perceber que as ideias construídas pela família, sobre questões políticas, sociais, econômicas, acabam sendo comuns a todos.

É no ambiente familiar dos agricultores familiares que as discussões sobre todas as outras mediações se originam. Sobre as relações com outros grupos, sobre as condições e formas de trabalho, sobre como a mediação da economia solidária se faz presente na organização cotidiana, e ainda nas relações com as mídias, seja através do consumo ou das representações. É a casa (enquanto espaço onde a família está inserida), o local do entrelaçamento da imaginação pessoal (PUTNAM, 1990), dos relacionamentos vividos e dos ambientes que vão sendo moldados.

Com relação à sociabilidade estabelecida no ambiente familiar, constatamos que a família ainda é o núcleo que mantém as expressões da agricultura familiar, através dos valores ali presentes. Essa mediação se revela como fundamental para o consumo de mídia, principalmente através do audiovisual, onde traços da cultura e da cotidianidade são reforçados a partir das experiências vividas com economia solidária.

5.6.1.2 Escola e amigos

Nessa categoria de análise procuramos evidenciar as relações estabelecidas em alguns grupos que os informantes estão inseridos. Destacamos a escola, por ser o espaço de convivência principal para os cinco jovens pesquisados, e também, os amigos, enquanto mediação comum a todos, pelas pessoas com que se relacionam e vivências que constroem.

Os informantes não frequentam muitos espaços de lazer, os jovens basicamente se dividem entre o trabalho com a família e a escola, e os pais entre o trabalho e algumas relações com pessoas da própria família, desse modo, as pessoas com quem mantêm amizades, são poucas. O tempo dedicado ao lazer é praticamente inexistente nas três famílias, principalmente pelas rotinas de trabalho, sendo que em todos os casos, o domingo é o único dia de folga.

Desse modo, pode-se dizer que os pais costumam se relacionar mais entre os colegas da economia solidária ou então com clientes. Já os jovens com amigos e colegas da escola, sendo que a maioria mantém mais amizades com outras pessoas que moram no meio rural.

Sobre os relacionamentos com outros grupos, destacamos a fala de Tiago, que evidencia o quanto o fato de ser do meio rural ainda está relacionado com estereótipos, colocando os agricultores familiares em uma situação de desconforto:

eles brincam bastante sim, me chamam de colono essas coisas e tal, é o que eles falam, mas eu não dou muita bola, acham que a pessoa que mora no campo, ela não é muito inteligente (TIAGO, 15 anos, família 1).

Por esse motivo, Tiago diz que não costuma falar muito da sua origem do meio rural no ambiente escolar, onde os colegas são todos moradores da cidade e, opta por esconder sua identidade com o meio rural, “eu não falo muito sobre como é, no geral eu procuro me manter normal assim” (TIAGO, 15 anos, família 1).

O caso destacado por Tiago está presente em todas as famílias entrevistadas. Quase todos os informantes disseram que em algum momento passaram por alguma situação semelhante em função da origem no meio rural. Mesmo relatando por algumas vezes e tendo consciência desses aspectos que reforçam os estereótipos e as condições em que estão inseridos, Sara e Tiago negaram em várias conversas que essas questões interferem no dia a dia deles e nas relações que estabelecem. Mas como afirma Skeggs (1997), a resistência, a luta e principalmente a negação, são, no campo simbólico, fatores que ajudam a construir a identidade de classe. No meio rural, essas questões estão presentes em diversos momentos da vida, ao frequentar a escola, ao se relacionar com determinadas pessoas na feira, com familiares que moram na cidade e ao negociar com outras pessoas que moram na cidade, fora do movimento de economia solidária. Essas influências externas são apropriadas, redefinidas e ressignificadas, fazendo com que mesmo que vivam em áreas rurais, a interação com a sociedade urbana e os mercados, não seja limitada.

O se manter normal para Tiago e, que é reforçado pelos demais agricultores familiares em outras situações, vem de um comportamento defensivo, no qual a procura de distanciamento

em relação a outros grupos sociais, mostra não só como se definem a si, mas ao enfatizar a questão do normal. A normalidade é vista como uma construção a partir da qual se estabelecem contrastes com outros que estão colocados em outras posições, seja acima ou abaixo na estrutura social.

Durante nossas conversas, foi possível observar que ao longo dos anos, os agricultores apresentam resistências em diversas situações, com os mais variados grupos com quem se relacionam. Diante disso, convivem com o estigma relacionado ao atraso do campo e com dificuldades de aceitação. Em duas famílias, por exemplo, os relatos das tentativas de vida na cidade, quando não conseguiram se adaptar, apontam para isso, fatores que as levaram a desistir e retornar para o meio rural.

Através dessas relações que se apresentam na mediação da escola e da família, é possível perceber uma disputa simbólica através do estigma, o qual (GOFFMAN, 1988) funciona como um tipo de violência para se encaixar no modelo de sociedade que valoriza aspectos da vida capitalista. Se os pais enfrentam essas situações ao longo da vida, os filhos desses agricultores familiares continuam passando pelos mesmos episódios. Priscila, conta que a cultura do atraso no campo, é comum na escola ou nas conversas com os colegas no mercado em que ela trabalha na cidade. Segundo ela, eles consideram o meio rural:

um lugar longe, com barro, como meus amigos dizem, eu moro onde Judas perdeu as botas. Não sei, eu acho que eles acham que a gente se veste mal por trabalhar pra fora, não vai saber falar direito, sabe. Ah, eu não ligo porque eu sou colona (PRISCILA, 18 anos, família 2).

É possível observar que os agricultores familiares reconhecem uma face negativa em relação à categoria social que a pertencem e que essa representação é associada muitas vezes à construção e às imagens feitas pelos veículos de comunicação.

Sara contou já ter tido um momento da vida em que esteve em uma posição financeira mais confortável, mas que hoje não se relaciona mais com as pessoas daquela época. Que recusa convites e que o momento é totalmente diferente, “eu sou uma pessoa bem simples, a minha criação foi simples, então tipo não me atrai, eu não iria me sentir bem, são mundos diferentes” (SARA, 40 anos, família 1).

Os ambientes nos quais os agricultores familiares procuram permanecer e conviver mostram uma tentativa de estar junto das pessoas em posição social semelhante, buscando evitar constrangimentos pelo fato de serem agricultores. Porém, nos ambientes relacionados à agricultura, existe um orgulho em se afirmar enquanto agricultores familiares.

A mediação escolar, como já mostramos antes, está articulada com as relações familiares e vai determinar, através do capital cultural, as atividades futuras. Nesse caso, destacamos uma situação relatada por Marcio, quando ao contar que ele e a esposa conseguiram estudar. Os dois concluíram o Ensino Médio, e são uns dos poucos com essa escolaridade na feira. Marcio considera isso um diferencial para que ao longo dos anos tenham conseguido alcançar o que possuem hoje, como a agroindústria legalizada, por exemplo:

Não nos consideramos pouco esclarecidos assim, aí você pega, vamos fazer um comparativo com aquele colono que teve bem menos instrução que a gente, que tem bem menos recurso, com esse nível de burocracia, ele não consegue se regularizar (MARCIO, 45 anos, família 1).

A educação como chave para as transformações na vida dos agricultores familiares, foi destacada por todos os informantes assim como definido por Livingstone (2008). Os casais das famílias entrevistadas, valorizam muito a educação e incentivam que os filhos frequentem o ambiente escolar, atribuindo a esse espaço um sentido a mais para acreditar em uma vida mais confortável financeiramente no futuro.

Nós sempre falamos, eu e meu marido, que o que fica é para nós, eles tem que estudar, não podemos continuar o estudo, então tem a feira, mas eles tem que estudar porque a gente não sabe para frente o que vai ser e o estudo é muito importante, quanto mais estudar melhor (JOSIANE, 48 anos, família 3).

A partir de Bourdieu, é através da escola que se demonstra a relação existente entre a cultura e as desigualdades no campo da educação, onde através da obtenção de diplomas, se conquistam recompensas em uma carreira de sucesso. A estrutura social é apresentada por Bourdieu como um sistema hierarquizado de poderes e privilégios, que acabam sendo determinados pelas relações materiais e econômicas, ou simbólicas pelo status, nível cultural ou escolar, entre os indivíduos e o ambiente que estão inseridos.

O cotidiano escolar e a relação com o outro, nos ambientes em que as famílias de agricultores convivem, se mostram como espaços para a manifestação de um sentimento de inferioridade do rural em relação ao urbano, pois são nesses locais onde acontecem os primeiros contatos com uma realidade, que ainda apresenta muitas diferenças para a vida no campo. Nesse sentido, a valorização do agricultor familiar, embora não seja percebida por eles em relação a outros grupos, como veremos a seguir, é importante pelo trabalho desenvolvido pela economia solidária, até como um resgate da autoestima familiar.

5.6.1.3 Trabalho

Começamos essa seção com uma preocupação comum aos casais das três famílias de agricultores familiares: a permanência dos filhos no campo, visto que esse assunto é sempre atrelado a um desinteresse do jovem pela vida no meio rural, e conseqüentemente, a busca de melhores condições econômicas nas cidades. A preocupação dos pais é legitimada pelos dados estatísticos do IBGE e da EMATER, os quais apresentamos nesse trabalho, sobre o êxodo rural principalmente entre os mais jovens. Porém, 4 dos 5 jovens informantes demonstram vontade de permanecer no meio rural. O único que disse não saber se seguirá no campo, não demonstrou desinteresse pelo meio rural, mas disse que buscará estudar e ver o que será melhor para o futuro, principalmente pela questão econômica. Sendo assim, podemos dizer que o pertencimento ao movimento social de economia solidária, pode ser um fator que cria maior fixação do jovem no meio rural, contrariando os dados estatísticos de permanência. A fala de Felipe ilustra a forma como os demais jovens pensam essa temática:

eu quero estudar, fazer um mestrado, buscar mais conhecimento, eu acho que tá muito relacionado com meu pensamento, minhas ideias que é voltar para cá, daqui nem dá vontade de sair, é muito bom e eu gosto (FELIPE, 13 anos, família 3).

Desse modo, não se sinaliza para um desinteresse dos jovens pertencentes ao movimento de economia solidária pela vida no campo, muito menos pelo vislumbre do urbano como única alternativa de vida, mas a busca por mais capital cultural para a sequência da atividade.

Em relação à mão de obra no campo, a família 1, enfrenta um problema que limita a expansão da agroindústria e das atividades no meio rural. Segundo eles, a não valorização do trabalho no campo é um dos desafios para essa manutenção do trabalho. Sara atribui esse desinteresse pelo meio rural à geração atual, “tu pode ver que isso vem de geração né, então aqui o grande problema é a questão da mão de obra, tu não arruma ninguém” (SARA, 40 anos família 1).

O filho Tiago acredita que a falta de valorização é um fator que leva muitas pessoas ao desinteresse pela agricultura, “hoje em dia tá difícil encontrar mão de obra para o meio rural, por isso que eu digo que as pessoas não dão valor para o meio rural” (TIAGO, 15 anos, família 1).

A falta de incentivo por parte dos governantes e de políticas públicas concretas para o agricultor familiar, e ainda, a extinção de secretarias e ministérios voltados para a Economia

Solidária nos últimos anos, apareceram nos relatos dos agricultores, que acabam se sentindo muitas vezes esquecidos por parte dos governos, “eu não me lembro de ter tido investimento de governo estadual, federal, municipal, assim, que incentivasse o pessoa a continuar trabalhando” (LUIS, 51 anos, família 2).

Nesse ponto, os agricultores familiares acreditam no poder da mídia para contribuir com que a agricultura familiar não seja esquecida, mesmo que muitas vezes, as formas como o agricultor é mostrado pela mídia, não seja a forma como eles gostariam, como destacaremos mais adiante. Outra luta enfrentada e percebida pelos agricultores familiares é em relação ao município de Santa Maria, que tem uma vocação para o comércio e a prestação de serviços. Desse modo, uma das reclamações é em relação a questão política, que nem sempre privilegia o agricultor familiar: “a cidade não é uma cidade produtiva em função de que é muito, olha quantos quartéis, pega a própria universidade, então não é uma cidade produtiva para parte rural” (SARA, 40 anos, família 1).

Falta de incentivo destacada também em relação às agências bancárias. Os agricultores dizem ter conhecimento das políticas de crédito e formas de obter financiamentos, mas devido a produção deles ser em pequena escala, bem como a quantidade de hectares que possuem, nem sempre conseguem apoio para conseguir investir mais na propriedade:

O banco ele te dá o guarda-chuva quando tem sol, mas quando tá chovendo ele tira, então para esses que tem mais poder aquisitivo digamos assim, para o agronegócio enfim, para os maiores, sempre vai ser mais fácil tu entende? Porque eles tem mais garantia para oferecer (SARA, 40 anos, família 1).

Observamos também que a questão política é um fator que interfere no trabalho dentro da feira, uma situação que foi reafirmada pelas três famílias informantes. A coordenação do Projeto destacou que existe na Feira um posicionamento político de esquerda, em função da ideologia e de apoios recebidos durante os governos do Partido dos Trabalhadores, mas de acordo com as famílias essa posição não é bem recebida por todos os clientes, e em alguns casos gera um certo desconforto. Além disso, as três famílias de informantes acreditam que se fosse mantida uma neutralidade em relação ao posicionamento político, seria possível conseguir mais apoio de empresários e de governantes municipais que não se identificam com essa ideologia, como destaca Sara:

seria muito melhor para a própria feira do projeto enfim, se essa questão da política não se fizesse tão presente. Poderia ter muito mais ajuda da própria questão dos órgãos aqui do município se essa questão da política não fosse tão escancarada sabe (SARA, 40 anos, família 1).

Outra situação que apareceu em todos os relatos dos agricultores é em relação à falta de valorização no meio rural. Essa falta acontece em várias instâncias, podendo ser percebida na relação com governantes, clientes, empresas e com a mídia. O sentimento de desvalorização é muitas vezes motivo de desânimo para a sequência das atividades, o não encorajamento dos jovens a permanecerem no campo e a busca por outras formas de garantir a manutenção da propriedade. Mas a desvalorização no campo é algo com que os agricultores familiares carregam desde crianças, e que dizem não perceber uma mudança, mesmo dentro do movimento de economia solidária, como podemos ver na fala de Tiago:

Eu acho o meio rural muito desvalorizado, o povo brasileiro não valoriza o trabalho do agricultor e isso é uma coisa que me incomoda muito e dependendo assim, povo brasileiro cai em cima (TIAGO, 15 anos, família 1).

A falta de valorização foi um fator que fez com que verificássemos que houve uma desidentificação com o conceito de agricultura familiar. Marcio se declarou agropecuarista, mostrando uma aproximação com outros grupos rurais. Esse fato, pode ser relacionado ao passado da família, que disse já ter momentos “de mais de dinheiro” como contou Sara. Assim como constatado por Skeggs (1997), a projeção da identidade não é necessariamente uma vontade frustrada de pertencer a outro grupo rural, mas o desejo de conquistar a valorização e o respeito que os agricultores familiares ainda buscam e que eles conheceram em outros momentos da vida. Não se identificar integralmente como agricultor familiar, não significa querer ser um grande produtor rural, até porque essa fração de classe, embora valorizada economicamente e politicamente, é vista negativamente em muitos ambientes pela exploração da natureza, o que a agricultura familiar defende. Essa é uma atitude de ordem política, de oposição às arbitrariedades das categorizações sociais, mas que ao mesmo tempo nos mostra como nas lutas pela identidade não é possível escapar ao poder das classes.

É a partir da mediação do trabalho, das insatisfações com as mais variadas categorias, que os agricultores familiares procuram o movimento de economia solidária. Bourdieu (2013) diz que são essas lutas que mobilizam o indivíduo a buscar melhorias de sua condição, porém, as lutas acima, continuam ainda como um problema para os participantes. Desse modo é possível concluir que, a valorização de forma econômica, não se dá na mesma medida que a valorização perante os pares e uma parte dos clientes.

As grandes redes de supermercado e os produtores de hortifrutigranjeiros em larga escala preocupam e soam como uma ameaça ao trabalho do agricultor familiar. É que esses

lugares conseguem ter um poder de negociação maior, reduzindo preço e produzindo mais quantidade:

competimos com laticínios que beneficiam 60 mil, 100 mil litros, então a gente faz um produto melhor, é difícil explicar isso para o consumidor, mas felizmente ao longo dos anos a gente conseguiu formar uma clientela que entende isso, que valoriza o produto, que quer um produto de qualidade, com menos conservantes, estabilizantes, corantes (MARCIO, 45 anos, família 1).

Essa situação preocupa os agricultores familiares e se reflete diretamente no trabalho, pois o cliente procura um preço diferenciado e, na feira, embora todos vendem em conjunto, cada um é responsável pelo seu próprio produto, “isso acaba sendo um ponto negativo para nós, porque o pessoal, é o comércio, pessoal sempre busca o mais barato” (TIAGO, 15 anos, Família 1).

No Projeto Esperança/Cooesperança, a lógica e a organização do trabalho é o que norteia as demais ações. E mesmo com as dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares em vários aspectos, como mencionado até aqui, os informantes reconhecem que o Projeto é fundamental para a garantia da renda.

sim tenho orgulho, o que eles têm deu pra gente criar tudo isso aqui, que hoje tem mais de 10 anos né, então é uma coisa que eu me orgulho bastante (TIAGO, 15 anos, família 1).

Aqui é um trabalho digno, não é um trabalho que tu tem que estudar, que tem que te informar, ter o diploma para apresentar para trabalhar, mas é um trabalho digno, é um trabalho que sustenta muita gente (FLAVIA, 18 anos, família 3).

No entanto, a reestruturação econômica atravessada no Brasil nos últimos anos e suas implicações no meio rural problematiza as repercussões do capitalismo, através da mecanização da produção na agricultura, atividade que caracterizava o rural. Por outro lado, reivindica-se ao rural, características que ultrapassam a questão de sua atividade econômica, de modo que “é cada vez mais aceito entre os estudiosos do mundo rural brasileiro que está em marcha um processo de diferenciação entre a agricultura e o espaço rural” (SCHNEIDER, 2003, p. 228). Desse modo, ainda segundo Schneider, o agricultor precisa cada vez mais buscar outras estratégias para se manter no campo, trabalhando assim com a pluriatividade.

Importante salientar que, embora os informantes identifiquem diversas desigualdades e lutas simbólicas em relação ao trabalho, essas não são explícitas discursivamente muitas vezes, mas se limitam a uma questão de reivindicação de valorização social e econômica. Podemos dizer, mesmo assim, que a questão de classe e a construção das identidades continuam presentes

nos comportamentos e nas atitudes desses agricultores. Primeiro pelo modelo de trabalho que os agricultores familiares se vinculam, a economia solidária, que por si só já é uma resistência ao capitalismo, pelo modo de produção, venda e cuidado ambiental e ético. Além disso, a situação de classe aparece aqui como “representações feitas para o outro” e isso, em vários momentos, foi identificado através da classificação feita pelos informantes sobre uma situação de normalidade, de que estes têm uma vida normal, ou ainda, se referindo “a nós” para se distinguir de outros que seriam “diferentes de nós”.

Assim, ao invés de agrupamentos de classe, temos comparações com “outros”, através de uma distância social estabelecida lexicalmente nas hierarquias. Estas identidades recorrem a formas menos claras de expressão, mas as diferenças e as desigualdades a que fazem referência estão presentes para se situar no espaço social. A diferenciação entre ‘nós’ e ‘eles’ envolve aspectos de hierarquia, de diferenças material e moral e de julgamento sobre o modo de vida social. O desaparecimento das referências diretas às classes nas entrevistas bem como nos discursos do dia a dia pode ser interpretado como um símbolo de como a ação das classes se tornou silenciosa e passa a aparecer codificada em termos distintos.

Cabe destacar ainda, a partir dos relatos dos informantes, a importância dada por eles ao trabalho como manutenção da dignidade através da renda, como herança de algo passado pelos pais e, principalmente, de um amor pelo meio rural, mesmo com tanta desvalorização, como destacado por eles. É através do trabalho, que todos ingressaram no modelo de Economia Solidária, a partir de suas experiências anteriores em outras feiras ou trabalhos.

5.6.1.4 Economia Solidária

O modelo de Economia Solidária é sim uma mediação importante, principalmente pelo modo como as famílias se articulam em função do trabalho, mas também por referendar as crenças e valores morais já existentes na família e no grupo. A busca dos agricultores familiares por esse modelo, traz muito à discussão, a perspectiva de Thompson (1993) em relação à economia moral. É possível observar que os agricultores possuem consciência da existência de formas de regulação do mercado que impedem o seu desenvolvimento, bem como da relação entre produtor e consumidor em que apenas uma parte tem vantagem.

Sendo assim, a economia moral de Thompson, aplicada aos agricultores familiares, revela que a hegemonia não é simplesmente imposta, mas articulada no dia a dia. Principalmente pelas práticas comerciais do público consumidor, como observamos na fala de Sara, “no feirão colonial da Irmã Lurdes lá tem bastante gente que acha isso, que ah porque é

de fora tem que ser mais barato” (SARA, 40 anos, família 1). Também é revelada pelos outros segmentos dos quais os agricultores dependem, como os governos, entidades bancárias, etc., como falou Valdir, “pra gente produzir não é fácil, adubo é caro, as nossas estradas também não são lá essas coisas, tudo é dificuldade” (VALDIR, 51 anos, família 3).

A busca pelo modelo de economia solidária, faz com que esses agricultores, até então dispersos e desorganizados (GOHN, 2011), se reconheçam social e identitariamente ao pertencerem ao grupo, para dar início a uma ação coletiva. Thompson (1998) demonstra que os sujeitos não reagem passivamente a essas questões econômicas, mas intervêm ativamente a partir dos costumes, da cultura e da razão. O desrespeito dos pressupostos morais, que para os agricultores familiares, é algo muito caro em função da tradição herdada da família, gera indignação e motiva as ações diretas.

A defesa de interesses passa por escolhas morais articuladas a um repertório cultural em suas diferentes vivências cotidianas, permitindo que estes resistam àqueles que estão em posições dominantes nas relações em que participam. São formas cotidianas de resistência, que para Baumann (2005) funciona como uma dimensão oculta, não necessariamente sendo exacerbada perante a sociedade. Nesse processo, mesmo que inconscientemente, as resistências entre o eu e o outro, leva a uma noção de identidade a partir do conflito e da disputa de poder, esse processo de disputas se dá no cotidiano dos agricultores, de forma direta, com o público consumidor da feira, “tem aquele que acha que não, que é lá da roça, porque é do interior é o colono, que tem que ser mais barato” (SARA, 40 anos, família 1).

Com os próprios colegas participantes da feira, “tem colegas lá que não são tão solidários né” (VALDIR, 51 anos, família 3). E ainda com os governos que não estabelecem políticas públicas voltadas para esse público, não somente pela questão financeira, mas através de Projetos, cursos de formação, etc., “quantas secretarias que foram desativadas no próprio Estado então essa parte do social eu acho que caiu bastante também.” (SARA, 40 anos, família 1).

Durante toda a pesquisa, foi possível perceber que quanto mais as famílias se envolvem com o Projeto Esperança/Cooesperança, o tempo que participam e ainda, o engajamento em outras atividades e associações, maior é o conhecimento e a crença no modelo de Economia Solidária. Paul Singer (2002), atribui esse fundamento como essencial para que o modelo funcione, é através do conhecimento de todo o processo que envolve o trabalho do Projeto que se fará com que as famílias se envolvam e vivam efetivamente a economia solidária. Entre as famílias pesquisadas, todas demonstram conhecer o funcionamento, as atividades e a organização cooperativa do trabalho, principalmente pelo tempo que estão ali. Mas, a família 1

e 03, que já participaram mais ativamente de cargos no projeto ou então, em outros tipos de organização, demonstram ainda mais engajamento:

Eles tem muitos cursos, reuniões, atividades, tem outros projetos, tem outros trabalhos que são desenvolvidos e é uma maneira da gente mesmo por fazer essa venda direta , a gente mesmo explicando nosso produto, um grupo ajudar o outro, se a pessoa tá procurando algum produto que eu não tenho, eu indico aonde tem, fazer parte desse projeto, pra mim é gratificante (SARA, 40 anos, família 1).

Outro aspecto importante em relação a conhecer as atividades do Projeto e ainda estar envolvido, é que a autogestão tende a funcionar melhor, ser mais autêntica, quanto mais os sócios são militantes sindicais, políticos e religiosos. O envolvimento ou a participação em outros movimentos, igrejas, sindicatos, foi observado entre as famílias pesquisadas. A família 2, por exemplo, além do movimento de economia solidária, esteve envolvida por alguns anos na organização e diretoria de uma comunidade católica no interior de Santa Maria. A família 3, também é associada no Sindicato dos Trabalhadores Rurais do município e, são esses envolvimento com grupos que lhes confere maior criticidade, bem como, uma participação mais ativa no Movimento de Economia Solidária, situação que é descrita por Singer (2002) e mostrada por Valdir:

ajuda porque tudo vem a acrescentar né, eu penso tudo vem pra acrescentar, porque aonde não tem uma organização, não funciona, eu sou a favor da organização, do respeito, de tudo (VALDIR, 51 anos, família 3).

Mas o conhecimento sobre o Projeto, não é uma situação inerente a todos os participantes. Um problema apontado por todos os agricultores familiares pesquisados e que também tem relação com o tempo de participação dos outros integrantes no Projeto e o engajamento com as atividades, é sobre a não incorporação do sentimento de pertencimento social àquele grupo por quem não tem esse conhecimento. Fatores como inveja, competitividade e falta de espírito de equipe foram destacados por todos os informantes. No caso da família de Sara, Tiago e Marcio, eles destacam o fato de terem um espaço diferenciado na feira e uma agroindústria como motivos que geram uma certa competitividade, “eu acredito que alguns feirantes eles não gostam muito da gente, por que eles nos veem maiores” (TIAGO, 15 anos, família 1).

Mas a família argumenta que os colegas feirantes não deveriam ter essa preocupação, pois inclusive a família comercializa produtos com valores mais altos, em função de ser uma agroindústria, não se consideram uma ameaça aos demais. Em relação às outras famílias, o clima de competição entre os feirantes também é percebido, como podemos ver nas falas: “tem

muita gente que não é muito de ajudar o outro, não todos, alguns, se todos se ajudassem por inteiro de verdade assim, era bem diferente” (JOSIANE, 48 anos, família 3).

Eu acho que se se ajudassem mais seria melhor eu acho que mudaria mais até em questão do nome da feira eu acho, porque todos assim tem um bom convívio, não é querer falar, mas tem muita gente querendo pisar em cima dos outros e isso estraga (FLAVIA, 18 anos, família 3).

a economia solidária seria todos se ajudar, todos iguais, não ter esse negócio de um querer ser mais que o outro, ter aquele poder, aquele orgulho, vou vender mais que o outro, eu penso que a economia solidária seja as pessoas se ajudarem, se unirem. Muitas pessoas ali não pensam assim nos outros (FELIPE, 13 anos, família 3).

Entre os informantes, pelo nível de engajamento com o Projeto, o conceito de Economia Solidária está bem presente com o senso de trabalhar de forma cooperativa para atingir seus objetivos. Sara, Tiago e Marcio contam que desde que entraram no Projeto, tiveram uma melhora nas condições financeiras e conseguiram se organizar melhor economicamente e também na feira, “nós fomos batalhando, conquistando e aumentando o número dos clientes, dos produtos que a gente comercializa, mas isso eu acho que foi uns 10 anos” (MARCIO, 45 anos, família 1).

A organização proporcionada pelo modelo de Economia Solidária permitiu que a família conquistasse a legalização da propriedade, a criação de uma agroindústria e um espaço na feira onde eles conseguem vender produtos diversos. Desse modo, estabeleceram parcerias com outros produtores e donos de agroindústrias:

no decorrer do tempo a gente foi vendo que os consumidores buscavam os produtos diferenciados que não tinham na feira né, então a gente foi agregando sim (MARCIO, 45 anos, família 1).

Os informantes acreditam no modelo de Economia Solidária como uma alternativa de resistência ao capitalismo, e como forma de construir um mundo melhor. Porém, existe o consenso de que essa mudança é difícil, sendo necessária muita persistência, e que essa organização proporcionada pelo Projeto, só é possível graças ao trabalho e a motivação da Irmã Lourdes, coordenadora do trabalho:

é aquela economia que um ajuda o outro e que tu vai crescendo com a ajuda dos outros, todo mundo vive, convive, todo mundo se ajudar ali dentro, eu acredito que se todo mundo se ajudasse, poderia igualar a economia de todos os feirantes lá (TIAGO, 15 anos, família 1).

algo que é mais acessível às pessoas com menos preço. Se criassem mais espaços que nem o da irmã sabe, com mais oportunidade, vamos supor, tenho uma amiga que gosta de fazer trufa, só que ela só vai vender se publicar ou sair vendendo, se ela fizesse uma banquinha na irmã Lurdes, por que não? Talvez ela pudesse crescer mais (PRISCILA, 18 anos, família 2).

A forma com que os agricultores familiares comercializam os produtos também é um diferencial em relação à venda direta para o consumidor. Além disso, a organização em um espaço, como o que é proporcionado pelo Feirão de Economia Solidária, se alinha com as discussões do Fórum Brasileiro de Economia Solidária, quando através do espaço, existe a garantia de um público fixo para a comercialização, “a gente tem esse atendimento direto, o pessoal valoriza bastante isso” (MARCIO, 45 anos, família 1). Esse espaço é um dos motivos que leva em um primeiro momento, muitos agricultores a se associarem ao Projeto, talvez até mais que pelo modelo de Economia Solidária em si, mas pela estrutura proporcionada e pelo retorno financeiro. A estrutura física lhes garante mais tranquilidade, comodidade e unidade para se colocar frente a outras feiras da cidade:

o projeto da irmã é muito mais organizado, tu não tem nem comparação com a nossa feira de rua, que nós não temos banheiro, não temos nada, tem que se virar com uma barraquinha, que a gente faz, pegamos vento, chuva (LUIS, 51 anos, família 2).

lá tu tem tudo, tu tem luz, tem água, tem banheiro, tem tudo o que precisa lá, então é só tu chegar e arrumar suas mercadorias e esperar o pessoal para comprar né, a gente paga comissão, mas eu acho uma coisa muito justa porque como eu te disse, tem tudo lá (VALDIR, 51 anos, família 3).

A partir dessa dinâmica de trabalho vivenciada pelos agricultores familiares, percebe-se que existe uma cultura comum, como sugere Raymond Williams, através de um conjunto de ações baseadas na interação comunitária, contrapondo-se ao individualismo competitivo. Os agricultores familiares, engajados no movimento de economia solidária, assumem o sentido de cultura compartilhada, incluindo toda a diversidade de suas formações familiares, questões geracionais e crenças, mas também vivem sua própria experiência individual, que é sempre estruturada socialmente.

Essa união em torno de um Movimento Social, que se opõe a inúmeros aspectos do mercado capitalista e dos valores da competição, traz fatores importantes para a análise em relação ao reconhecimento identitário dos informantes, considerando os outros grupos sociais. Se por um lado vemos um desejo de valorização social dos agricultores, semelhante ao que acontece com o agronegócio que é totalmente vinculado ao capitalismo, por outro identificamos a negação do vínculo com frações de classe consideradas inferiores. Mesmo que os Movimentos

Sociais considerados camponeses, estejam presentes na feira de Economia Solidária, os informantes sempre procuraram não falar muito sobre o assunto quando questionados, afirmando desconhecerem o trabalho ou que estes não interferem em nada nas atividades da agricultura familiar.

Da mesma forma, a inserção de Movimentos como o Movimento dos Sem-Terra, ou Movimento dos Atingidos Por Barragens, se dá em espaços externos aos usados pelos agricultores familiares, como um anexo à feira. O deixar “ao lado” enquanto estrutura física, se apresenta aqui como uma metáfora, para o que os informantes procuram fazer no dia-a-dia com esses outros grupos do meio rural. Luis (Família 2), embora diga que não sabe “nem o que pensar desse pessoal”, relata que se “eles quisessem produzir, teria terra pra produzir”, uma alusão ao que Oliveira (2011) mostra sobre esses grupos, “de que não trabalham, não produzem, mas invadem, fazem baderna”, a partir da perspectiva mostrada pela grande mídia de como o MST é visto e retratado negativamente.

Se no capítulo 2 deixamos claro que os informantes dessa pesquisa se enquadram e se denominam como “agricultores familiares”, podemos destacar aqui nessa análise que embora eles se reconheçam e se identifiquem dessa forma, não se pode esquecer o passado camponês. Um passado prévio à construção do Projeto, em que muitas famílias precisaram buscar alternativas econômicas para se manterem no meio rural. A resistência nesse caso, se deu pela adesão ao movimento de Economia Solidária e a agricultura familiar, que passavam por uma legitimação social. A agricultura familiar pelas políticas de crédito e a Economia Solidária, pelo ressurgimento no país. As famílias que hoje continuam entrando no Projeto, buscam da mesma forma, a melhoria no capital econômico e um reconhecimento através das práticas de trabalho, como incorporação ao capital social. E, fica evidente, o desejo de se afastar da identificação com outras frações do rural que possam trazer aspectos negativos para sua situação de classe.

5.6.2 Ritualidade: “modos de ver, ler, ouvir e interagir”

O consumo para as mediações culturais se dá na perspectiva sobre “O que as audiências fazem com os meios?” e “Quais seus usos no cotidiano?”, o que envolve uma perspectiva de reconhecimento das competências culturais e das ritualidades que estão dadas nos usos cotidianos com os meios.

Tabela 5 - Resumo do consumo de mídia dos informantes

Nome	Idade	Televisão Telenovela	Televisão Telejornal	Televisão Netflix	Rádio	Jornal	Celular	Whatsapp	Instagram	Facebook	Meio que confia	Meio que se informa
Marcio	45	Não	Raramente	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Não confia	Redes Sociais
Sara	40	Não	Raramente	Sim	Sim	Raramente	Sim	Sim	Sim	Sim	Rádio	Redes Sociais
Tiago	15	Não	Sim	Sim	Sim	Raramente	Sim	Sim	Sim	Sim	Redes Sociais	Redes Sociais
Luis	51	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Raramente	Não	Não	Rádio	Televisão
Ineri	48	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Televisão	Televisão
Marcia	31	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Televisão	Redes Sociais
Priscila	18	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Rádio	Redes Sociais
Valdir	51	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Televisão	Televisão
Josiane	48	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Rádio	Rádio
Flavia	18	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Rádio	Rádio
Felipe	13	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Televisão	Televisão

Fonte: Dados da pesquisa.

Durante essa pesquisa foi possível observar que alguns comportamentos relacionados ao consumo de mídia, bem como aos meios utilizados, sofreram alterações. O ano de 2020, em função da pandemia, exigiu o reforço das redes de internet, acelerou o uso de telas como o celular para a assistência de aulas e *lives* pelos jovens agricultores familiares e ainda, levou alguns agricultores a participarem de reuniões de trabalho, através da internet. Desse modo, o celular se mostrou uma ferramenta importante nesse contexto.

Embora o celular tenha se tornado mais usado em função da pandemia, no que tange a sua utilização para a busca de informação ou entretenimento, ainda existe uma divisão quanto ao uso. Os informantes mais jovens demonstram mais familiaridade com o celular e o acesso à internet, 5 dos 6 adultos utilizam o aparelho celular para fazer ligações, atender clientes e conversar com colegas da feira, 3 dos adultos fazem uso também para pesquisar sobre assuntos relacionados ao meio rural e 2 utilizam aplicativos para pagar contas e organizar algumas atividades na propriedade rural. O uso, mesmo que em graus diferentes entre os informantes, viabiliza uma maior convivência entre os membros familiares e permite que se rompam as distâncias comuns ao rural brasileiro, levando inclusive as novas gerações ao sentimento de que “aqui tem tudo igual na cidade”.

O uso da internet, para a venda de produtos, é uma prática presente apenas na família 1, já que recentemente criaram uma página no facebook para divulgar o trabalho e atender pedidos de clientes. A motivação, como é possível identificar na fala de Tiago, vem de outras páginas que a família acompanha no Facebook, “vender por páginas é bem promissor, é um negócio que gera bastante, que dá certo” (TIAGO, 15 anos, família 1).

Ao contrário da família 1, que utiliza os dispositivos móveis para buscar informação, entretenimento e como ferramenta para o trabalho, entre os demais informantes, os meios tradicionais ainda são considerados mais importantes. Mesmo assim, aos poucos, o celular e o acesso à internet se mostram mais presentes como meios de agregar à propriedade, através de pesquisas sobre temas relacionados à agricultura, mostrando uma forte relação entre o uso dessa mídia e o trabalho:

Eu assisto no youtube por exemplo, vou ali pesquisa aí aparece aí tu já tira uma ideia de como tu vai trabalhar, de quanto que vai ser o preço para te pagar um profissional para fazer tu já vai tirando uma base (FELIPE, 13 anos, família 3).

Embora os jovens tenham familiaridade com o celular e o acesso à internet, esse uso não é unanimidade. Todos possuem aparelho celular e sabem acessar a internet, e também possuem algum tipo de aplicativo de mensagens ou rede social, mas o uso acontece em apenas

algumas situações. Para 8 informantes, o celular é apenas mais um recurso, utilizado “quando dá tempo”, quando a internet está funcionando e quando é preciso para alguma atividade da escola, por exemplo, “eu não sou viciada em celular e rede social, só tenho Facebook, mas nem entro” (FLAVIA, 18 anos, família 3).

Em relação ao consumo de mídia na Internet, esse se dá exclusivamente pelo celular, pelos 10 informantes que fazem esse acesso, Márcia possui ainda, um tablet, o qual compartilha com o filho de 6 anos, que pela idade, não entrevistamos nessa pesquisa. Mesmo assim, foi possível observar que a criança dedica boa parte do dia a jogos no tablet e para assistir à televisão. Marcia disse que procura estabelecer um limite para o filho em relação à questão do acesso, “a gente orienta, controla porque nem tudo dá para ver né, na idade dele” (MARCIA, 31 anos, família 2).

Essa preocupação que Marcia tem com o filho, não foi observada com os outros informantes. Todos os pais disseram confiar em seus filhos no que diz respeito ao consumo dos meios de comunicação e uso do celular.

É importante destacar que o acesso à internet e às redes sociais é feito, segundo todos os jovens, bem como por Sara e Marcio, com um certo grau crítico. Eles dizem saber que não podem confiar em tudo que está ali, que muitas vezes confirmam as informações e ainda reconhecem que quanto mais pesquisam determinado tema, mais ele será mostrado em pesquisas futuras, “no face, no google aparece direto, porque eu curti umas páginas, tem aparecido mais no face, toda hora alguém postando sabe” (PRISCILA, 18 anos, família 2)

Essa “criticidade” pode ser percebida com maior grau entre os agricultores familiares que são mais envolvidos com o Movimento em cargos de direção, sindicatos e outras formas de associação.

Importante destacar ainda, que as famílias demonstraram conhecer como a internet funciona no que diz respeito à questão dos algoritmos, que acaba direcionando certos conteúdos para serem vistos por eles, de acordo com as pesquisas que são feitas

Conforme eu vou pesquisando ele já manda, um sistema isso né, acontece e, por exemplo, eu pesquiso alguma coisa na internet, vê que eu curto aquilo, eles vão me mandando mais e mais, entende, sempre procuro pesquisar sobre aquilo e aperfeiçoar o que é aquilo, por meio do Youtube, muitos vídeos explicativos (TIAGO, 15 anos, família 1).

Tiago é o único jovem mais envolvido com aparelhos e dispositivos tecnológicos, o que foi constatado também na feira. O jovem está sempre com o celular em mãos e escutando alguma música com seus fones de ouvido. Tiago disse usar bastante a internet para pesquisar

assuntos do meio rural e sobre o mundo dos games, mostrando assim, como define Escosteguy (2019), uma incorporação de tecnologias normalmente associadas ao urbano, também ao campo.

Por ter essa relação mais próxima com os meios digitais, o jovem disse que não confia nas notícias dadas na televisão e no rádio:

Rádio e tv eles são focados naquilo que eles querem e a internet tu tem mais liberdade para navegar. Acho que na internet tu pode ter o teu próprio ponto de vista e no rádio, tv, essas coisas elas te dão, elas tentam colocar o ponto de vista delas na tua cabeça. (TIAGO, 15 anos, família 1).

Os pais de Tiago também pensam dessa forma e fazem uma crítica à mídia tradicional, dizendo que perderam o interesse, principalmente pelas notícias exibidas na televisão, pois acreditam que é mostrado apenas o que dá audiência e o que está alinhado aos interesses da empresa de mídia.

Esse desinteresse demonstrado pela família 1 como algo que não é de agora, foi constatado com os demais informantes, em função da pandemia. Nesse período, as constantes notícias sobre a pandemia, fizeram com que, em alguns momentos houvesse uma resistência ao conteúdo veiculado na televisão e no rádio.

Em relação à ritualidade, é possível observar ainda o quanto os meios tradicionais mantêm uma centralidade nas rotinas familiares, mesmo com a resistência de alguns informantes em alguns momentos. A partir dos horários de programas de rádio e televisão, existe uma organização do cotidiano das famílias e, são eles que pautam horários das refeições e dos momentos em que as pessoas encontram para ficarem juntas, reunidas em família, diante da longa rotina de trabalho:

Eu ligo de meio dia né, no almoço, depois dá a novela, um filme, mas o que eu gosto de olhar é a novela, agora eu tava olhando ali dentro, de tardezinha faço um mate e a tv tá ligada (INERI, 48 anos, família 2).

Meio todo mundo assiste junto, é mais de noite né, que eu já entrei para mais assim de meio dia, de manhã, o rádio quem mais escuta é a mãe, que a mãe fica na cozinha (FLAVIA, 18 anos, família 3).

A televisão tá ligada, todo mundo fica ali na cozinha, tomando chimarrão, olhando alguma coisa assim (MARCIA, 31 anos, família 2).

O consumo das mídias tradicionais pelos agricultores familiares se dá principalmente através do rádio e da televisão e, a busca pelos dois meios é mais por informação. Duas das informantes disseram gostar da televisão por causa das novelas e um informante disse não

perder o futebol. Em relação aos meios que os agricultores mais confiam, com exceção da família 1, estão o rádio e depois a televisão, por considerarem que nesses meios o que está sendo dito deve ser verdade, “o jornal tá te falando, tá te dizendo né, é uma coisa mais certa” (MARCIA, 31 anos, família 2).

09 dos 11 informantes dizem que a televisão mostra aquilo que “dá mais audiência”, que apresenta apenas a visão editorial e que a representação do homem do campo não é satisfatória e condizente com a realidade deles, “eu acho que a mídia tapa, esconde muita coisa que deveria mostrar, muito a realidade, mas eu acho que a mídia não mostra tudo assim” (FLAVIA, 18 anos, família 3).

Embora alguns agricultores se informem pelas redes sociais, na prática, com exceção de 03 informantes, os meios tradicionais ainda são os meios mais consumidos. O rádio, pela proximidade, já que eles consideram como o meio que apresenta mais notícias sobre a realidade em que estão inseridos e por ser uma companhia nos ambientes de trabalho, como o galpão ou no próprio carro, quando transportam os produtos para a feira. O rádio é o meio que funciona como uma companhia para os agricultores familiares durante o dia e as informações rurais, são valorizadas como forma de pertencimento ao grupo social. Já a televisão é o veículo que está sempre ligado, que tem jornais tradicionais que costumam ser assistidos em família, que é um importante meio de acesso ao que acontece ainda no mundo e que também apresenta notícias de Santa Maria, como é o caso do Jornal do Almoço da RBS TV, assistido por 8 dos 11 informantes. Desse modo, podemos constatar que os meios de comunicação convivem simbioticamente (MORLEY, 2018) e que, como já havia sido apontado por Escosteguy (2019), a televisão e o rádio continuam sendo os meios favoritos e mais utilizados no meio rural, mas a internet vem ganhando um importante espaço como fonte de informação.

A informação consumida principalmente pelo rádio e, em determinados momentos, pela televisão, através da mídia local, tem relação direta com o cotidiano dos agricultores familiares, a vida pessoal e o trabalho. É através desse consumo que se constrói parte da cultural rural, mesmo que os assuntos não se refiram diretamente ao campo. A questão da proximidade e a construção da identidade não estão relacionados necessariamente ao que se exhibe na mídia, mas sim à vida comum que compartilham por meio dos assuntos que são de interesses da comunidade em que estão inseridos.

Podemos destacar aqui, o que Setton (2005) aborda sobre o consumo de mídia, afirmando que a partir dos usos, também se aumenta a capacidade reflexiva do indivíduo, ou ainda, o que conforme Ronsini (2012) pode ser definido como capital cultural midiático. A

partir do consumo de mídia, os agricultores familiares estabelecem rotinas e agregam novas práticas à propriedade:

eu procuro assim é receita por exemplo, do que eu faço, aí eu procuro alguma coisa mais né, eu troco com uma amiga minha do que eu faço, a gente procura na internet, a gente procura coisa que vai acrescentar pro nosso trabalho, não coisa sem necessidade (JOSIANE, 48 anos, família 3).

Através da pesquisa foi possível constatar que os agricultores familiares, mesmo que em alguns casos neguem o consumo, que eles fazem o uso de meios de comunicação, principalmente, o rádio, a televisão e o celular. De forma ainda mais forte, dedicam atenção para os conteúdos que envolvem o meio rural, pois é sobre esse tema que mais demonstram uma inserção no dia a dia, ou que a partir desse consumo específico, organizam o cotidiano. A ritualidade se dá também através dos comentários feitos sobre os assuntos veiculados nos meios audiovisuais, em grupos do Whatsapp, com outros colegas da feira. As notícias que falam sobre o meio rural também são utilizadas em suas atividades rotineiras, como as novas tecnologias, a previsão do tempo, entre outros assuntos agrícolas.

5.6.2.1 A ritualidade a partir da leitura feita pelos agricultores sobre as representações midiáticas do rural

Aqui nesta seção, pretendemos compreender as representações que os agricultores familiares expressam acerca das noções de rural a partir do consumo midiático. As leituras que fazem diante do que veem, leem e ouvem e como isso está presente no cotidiano dos agricultores em articulação com a construção da identidade de classe.

Foi possível perceber durante a pesquisa que as representações midiáticas do rural reforçam aspectos constatados por outros autores em pesquisas sobre o rural, mas que ainda se fazem presentes através de um viés dominante na sociedade. A partir da perspectiva de Williams(1989) de que o rural é o local do atraso e a cidade o espaço do desenvolvimento e da modernidade, constatamos que essa leitura não é feita na totalidade pelos agricultores familiares, já que para a maioria dos informantes, os dois ambientes estão muito próximos, e a cidade, para 10 dos 11 informantes, não é o que eles desejam enquanto ideal de vida. Os relatos dos informantes, apontam que essa visão dicotômica está presente nas representações do rural feitas pela mídia, especialmente pela televisão que reforça esse estigma junto à sociedade,

fazendo com que a subordinação do rural ao urbano, seja atribuído ao papel da mídia, pela forma como são feitas as representações sociais e a identificação da mídia com o urbano:

rádio tá muito ligado com a região que tu tá, se tu tá numa região mais civilizada, que tem mais cidade, e tu vai para uma região que vive mais da agricultura, mesmo muda bastante. A mídia vive na cidade (TIAGO, 15 anos, família 1).

Os informantes atribuem à mídia, a forma como são vistos pela sociedade. Afirmam que devido às representações do rural, o setor não é tão valorizado. Segundo eles, se a mídia mostrasse mais a realidade do pequeno agricultor, as pessoas chamadas por eles como “da cidade”, teriam um outro olhar sobre o campo. Podemos perceber aqui, que todas as mediações - família, mídia, escola, trabalho, economia solidária e ritualidade - atuam na construção da identidade, através da constituição de um habitus e dos capitais disponíveis.

Dois capitais, assim como destacado por Bourdieu (2007), se revelam como determinantes nessa construção da vida dos agricultores familiares: o cultural pela questão do ensino como caminho para uma vida melhor, e o econômico, pois a questão das diferenças econômicas presentes no meio rural é acentuada pela mídia. Essa constatação feita por eles é percebida principalmente através do espaço dado pelos meios de comunicação para aqueles agricultores que têm mais capital econômico, situação que foi destacada pelos 11 informantes.

no Globo Rural esses dias, uma propriedade com não sei quantos mil hectares de abacaxi, mostraram todo o processo de como é feito, enfim do plantio à colheita e assim, isso nunca vai ser o pequeno que vai fazer, aparecer (SARA, 40 anos, família 1).

Central na questão das representações, o capital econômico aparece como determinante para a forma como a mídia fará a representação do rural, para 10 dos 11 informantes em uma clara oposição entre “nós”, os pequenos, e os “grandões”, “o maior”, os “lavouradores” ou os que “têm dinheiro”, “o maior, se ele tem condições aí entra a questão financeira, ele vai lá e paga um comercial aí ele vai aparecer, eu quero uma reportagem” (MARCIA, 45 anos, família 1).

A desidentificação mostra-se aqui, como uma manifestação dos processos históricos que levam à construção da identidade de classe, através da afirmação do não se tornar visível através da mídia, em uma disputa por espaço com outros grupos do rural.

O consumo de telenovelas se dá como uma opção de entretenimento, não contribuindo para uma leitura crítica sobre os conteúdos, pelo que conseguimos observar junto aos informantes. O momento definido como “passatempo” ou que “a gente gosta de ver”, não propicia discussões sobre os diferentes temas abordados ou ainda, sobre os próprios aspectos

do rural. Principalmente por Ineri e Marcia, ao dizerem que é “o momento em que a TV está ligada na hora do jantar”, e pela família 3, pois é o horário em que a família está dentro de casa após o trabalho.

Nenhum dos informantes lembrou espontaneamente de telenovelas que falem sobre o meio rural, apenas através da ajuda do pesquisador com pistas sobre alguns temas que trouxeram novelas de época como respostas. A trama “Êta mundo bom”, estava sendo reprisada durante a pesquisa e mesmo assim, não foi lembrada como uma novela que retrata a vida no campo. Chama atenção que durante uma visita a casa da família 2, a novela estava sendo assistida, mesmo assim, não foi lembrada. Desse modo, a tradição dicotômica entre o rural e o urbano e a vida no campo representada de maneira caricata na teledramaturgia, como o caso da telenovela citada, expõe a desidentificação com essa solidez das representações sociais nas telenovelas.

Mais uma vez, embora não seja o objetivo do trabalho, apresentamos destaque para as personagens de “Êta mundo bãn”, para tentar compreender o que leva a esse não reconhecimento, principalmente entre as informantes da família 2 e 3. Se considerarmos os sete personagens principais que compõem o núcleo rural, são cinco mulheres e dois homens. Todos possuem um sotaque rural “caipira” e são personagens com algum tipo de valor moral que não é validado pelos informantes: as mulheres têm desilusões amorosas, a empregada doméstica nunca recebeu salário pelo serviço, existe a solteirona da trama, o personagem principal, que dá uma sequência à trama, foi abandonado depois do nascimento, tem um burro como amigo e é considerado meio “atrapalhado”. A desidentificação aqui, representa o prosseguimento dos processos de classe, conforme Skeggs (1997). Na perspectiva de Bourdieu (2007), temos a questão da identidade social que se afirma na diferença, o que distingue as famílias de agricultores familiares pelo não reconhecimento deles com a situação apresentada, aquilo que “eles não são”.

Através dessas constatações sobre as representações, podemos perceber o que Kellner (2001) afirma em relação à construção da identidade de classe, que essa vai ocorrer a partir da mídia. Toda a construção identitária é comunicada ao mundo e aos outros sob a forma de representação, pela forma como algo é “mostrado e visto”. Ela é um projeto a ser criado e que deve também ser reafirmado para se legitimar. Nessa perspectiva, Hall (2000) também destaca que a forma como somos representados atua na formação das identidades.

Outro ponto importante é que mesmo em um movimento social ativo há três décadas e com inúmeras conquistas sociais e econômicas, uma maior valorização fica evidente nos anseios das famílias. A mídia é apontada como principal meio para dar visibilidade à agricultura

familiar perante os governos, e ainda, como uma esperança para que a sociedade reconheça o trabalho feito no meio rural, como destaca Ineri, ao dizer que “é importante sim para não esquecerem do rural, do campo” (INERI, 48 anos, família 2).

Por outro lado, a mídia também é apontada como o meio que acentua as dificuldades do setor, evidenciando aspectos negativos e reforçando uma imagem negativa do trabalho. A fala abaixo revela dois aspectos importantes sobre a forma como a imagem dos agricultores é mostrada e vista pela sociedade:

A televisão eu acho que mostra muito esse lado do agronegócio né, que usa veneno, que destrói, que polui, então eu acho que a imagem que as pessoas tem é mais voltada em função de não mostrar muito esse lado do pequeno produtor, mas algumas pessoas, as mais esclarecidas, elas tem essa imagem da agricultura familiar, a agricultura mais saudável, com menos agrotóxicos, menos veneno (MARCIO, 45 anos, família 1).

Na fala de Marcio podemos ver um descontentamento quanto à televisão reforçar aspectos negativos em relação aos agricultores numa esfera mais geral e, que só as pessoas mais esclarecidas conseguiriam fazer uma leitura diferente dessas notícias, de que a questão dos agrotóxicos, por exemplo, é aplicável mais ao agronegócio. Woodward (2009) afirma que, enquanto o “nós” é visto como regra e algo que deve ser seguido, “os outros” são vistos como desviantes da norma, algo a ser evitado e por vezes, até mesmo repudiados ou negados, o que se mostra aqui, enquanto uma oposição ao agronegócio. A leitura feita pelos agricultores mostra uma associação da agricultura a aspectos negativos, como no caso dos agrotóxicos, destacado por Marcio. Outros informantes também reconhecem que esse tipo de assunto ganha mais destaque, “claro que mostram mais dos grandes ‘lavoreiros’, os pequenos é difícil. Quando dá uma desgraça eles mostram, quando dá umas enchentes, que debulha uma hora coberta” (LUIS, 51 anos, família 2).

Tabela 6 - Panorama das percepções dos receptores sobre a representação midiática do rural

Nome	Idade	Autoidentificação	Se sente Representado na mídia?	Quando o agricultor é mostrado?	Quem mais aparece?	Meios de comunicação e representação do rural	Concordância ou Discordância com a representação midiática do rural	O que falta ser mostrado pela mídia?
Marcio	45	Agropecuária	Não	Produção de leite, Agricultura familiar	Agronegócio	Internet, programas específicos e rádios locais	Não, busca sempre referências	Mostrar a realidade, o dia a dia dos pequenos agricultores, as pessoas precisam ver como funciona
Sara	40	Agricultora familiar	Sim	Grandes plantações/receitas/proporções maiores	Grande produtor	Televisão	Sim	A rotina de trabalho, os horários, para maior valorização
Tiago	15	Estudante/Agricultor familiar	Não, cada veículo tem seus lados e interesses	Épocas de safra	O agricultor num geral	Rádio local / internet (conteúdos que segue)	Em partes. Algumas coisas não são como mostram	O dia a dia do agricultor, para maior valorização
Luis	51	Agricultor familiar	Sim	Colheitas, inundações, vendas, notícias ruins	Grandes Lavoureiros	TV / rádios locais	Em partes. Destacam geralmente as notícias ruins	A dificuldade do trabalho, como é a produção para maior valorização
Ineri	48	Agricultora	Sim	Feiras	Todos	TV local	Sim	Mostram tudo
Marcia	31	Agricultora familiar/Doméstica	Sim / mostram a realidade	Safras/preços	Pequeno produtor e o agronegócio	TV e rádio locais	Sim / mostra a realidade	A rotina, como as coisas são produzidas, para maior valorização
Priscila	18	Estudante/Jovem Aprendiz	Não	safr/grandes plantações	Grande produtor/tem mais dinheiro	Televisão/ internet (conteúdos que segue)	Não	A verdade, sobre como é o trabalho no campo, o do pequeno produtor.
Valdir	51	Agricultor Familiar	Sim	Nas feiras de agricultura Familiar, Investimentos na área	Mais o grande produtor, mas o agricultor familiar tem aparecido cada vez mais	Telejornais, rádios locais e em programas específicos como Globo Rural	Sim, acredita que seja a verdade e o que está acontecendo	Mostrar mais a rotina, o trabalho, coisas que valorizem o trabalho.
Josiane	48	Agricultora familiar	Não	Nos espaços locais e rádio aparecem mais com tudo que acontece.	Mais espaço para o grande produtor.	Rádio local e programas específicos como Globo Rural	Em parte, mas deveriam mostrar mais o dia a dia, como as coisas funcionam.	O trabalho do pequeno agricultor, como as coisas vão parar na mesa do consumidor, a dificuldade da rotina no campo.
Flávia	18	Estudante/Agricultora	Não	Épocas de Safra/falta de chuva/feiras	Tanto o pequeno produtor quando o agronegócio	Reportagens Locais da TV/Rádio e Globo Rural	Sim, acaba apoiando o setor, mas é preciso mostrar mais	Os problemas enfrentados, questões de infraestrutura e como é realmente o dia a dia
Felipe	13	Estudante/Agricultor familiar	Não	Somente em casos como de seca/safra	Grande produtor	Televisão/Rádio/YouTube e	Algumas coisas	A rotina, a mão-de-obra, o trabalho que se tem no campo

Fonte: Dados da pesquisa.

Também questionamos sobre como os agricultores familiares, principalmente os jovens, consomem conteúdos de entretenimento sobre o rural na internet, como vídeos em redes sociais de humoristas e influencers que usam a temática. O personagem “Badin o colono” é assistido por 07 dos 11 informantes. Conhecido por fazer vídeos de humor sobre situações da vida no meio rural em plataformas como o Instagram e o YouTube, o humorista que tem 01 milhão de seguidores no Instagram, retrata de maneira bem humorada, situações que acontecem no meio rural. Porém, na fala de 4 informantes, fica evidente que há uma desidentificação (SKEGGS, 1997) com a forma que o homem do campo é retratado. Segundo os informantes, esse estereótipo da figura do rural pode fazer com que as pessoas pensem que a vida no campo não tem dificuldades, por exemplo, como conta Tiago, “olha ele retrata para ser engraçado, mas

todos nós sabemos que não é assim. É engraçado quando ele tá lá, mas para quem trabalha sabe que é triste, que é sofrido” (TIAGO, 15 anos, família 1).

Embora não seja o objetivo desse trabalho analisar a perspectiva da produção, sabemos que o personagem Badin O colono, muitas vezes faz comparações entre “o povo da cidade” e o “povo da colônia”, se referindo dessa forma ao homem que mora no meio rural. Pode-se dizer que as relações e as distinções contínuas que se apresentam sobre o rural e o urbano, criam uma oposição entre o tradicional e o novo, acentuando as diferenças nesse caso, e podem contribuir para uma polarização de visões (RONSINI, 2012), nesse caso, sobre o homem do campo. Contestar ou dissimular sua identidade, é baseado em Skeggs (1997), reagir a construção de respeitabilidade que, ao se sentirem desvalorizados ou estigmatizados, se revelam processos decorrentes de oposições entre as classes.

Outro ponto que observamos na mediação da ritualidade, através da leitura feita pelos agricultores familiares das representações midiáticas, é em relação ao capital cultural midiático, termo proposto por Ronsini (2016).

Ora, se o consumo de mídia pode tanto ampliar o saber e a capacidade reflexiva dos informantes, quanto reduzir essa capacidade, é ele também que vai estar carregado de significados sobre como os agricultores familiares são representados nesse caso. Existe uma profunda relação entre o capital cultural midiático e a construção da identidade de classe dos informantes, pois é através dessa aquisição que se reproduzem os hábitos de classe, bem como, as negociações estabelecidas a partir da leitura feita por eles. Muito do que os agricultores familiares consomem vai competir com o que aprenderam através da socialidade familiar ou na escola, ou então ser reforçada, como destaca Luis ao falar do Programa Globo Rural, “o globo rural tem muita coisa ali que eles te ensinam que o cara não sabe” (LUIS, 51 anos, família 2). Logo as limitações impostas pela infraestrutura, serão o menor dos fatores que interferem nas representações, mas são observadas em relação à recepção da mídia, numa perspectiva menos material e tangível para se estabelecer no âmbito da identificação e da consequente apropriação de tais conteúdo.

Comparando as três famílias pesquisadas, podemos perceber um maior grau de criticidade em relação ao conteúdo consumido na mídia, na Família 1 (Marcio, Sara e Tiago), onde tanto o capital cultural quanto o econômico são maiores e, é também nessa família, que percebemos uma maior criticidade sobre as relações de dominação de classe.

Fica evidente também, através da leitura midiática do rural, que os informantes procuram reforçar sua identidade coletiva com a agricultura familiar. Nesse sentido, o proposto por Bourdieu (2007) revela-se aqui através da leitura das representações que eles fazem da

mídia. Segundo o autor, assim como outros grupos dominantes, a mídia procura impor uma representação subjetiva como representação coletiva. Assim, os indivíduos mantêm uma fidelidade a si e ao grupo para reforçar sua identidade social e coletiva. Esses aspectos podem ser evidenciados aqui, de forma prática nas falas abaixo:

eu acho que em função do volume de produção, da importância econômica que tem para o país, é lógico que a agricultura familiar tem uma importância muito grande também, mas os meios de comunicação não mostram muito isso (MARCIO, 45 anos, família 1).

o agricultor pequeno aparece de vez em quando naquele programa que dá sábado ou domingo de manhã na Globo, que fala do campo sabe, mas aí é muito específico, quando é voltado para o setor (PRISCILA, 18 anos, família 2).

A formação da identidade coletiva se dá a partir de uma construção histórica pela relação estabelecida através das mediações, seja no espaço onde o indivíduo está inserido, entre indivíduos e ou grupos que organizam sua vida cotidiana desenvolvendo atividades semelhantes, a partir de um conjunto de valores compartilhados e que são ou não reforçados pela mídia.

A homogeneização da mídia, ao representar o agricultor principalmente pelo viés do agronegócio, leva o agricultor familiar a uma rejeição com o conteúdo veiculado. Nas falas de Marcio e Sara, podemos perceber que sempre a referência é “ao outro” como o que recebe destaque, sendo que o agricultor familiar não é representado da forma como os agricultores gostariam:

Muito pouco em proporção com o que poderia ser mostrado né, muito pouco, isso é porque não vende, não dá audiência. Alguns programas específicos às vezes, o Globo Rural da Globo, mostra alguma coisa interessante que tem a ver com aquilo que a gente faz (MARCIO, 45 anos, família 1).

As pessoas mesmo não dão o valor para o pequeno, é uma questão de cultura das pessoas mesmo, mas eu gostaria que aparecesse, toda essa questão do trabalho, a questão de horários que o pequeno tem que fazer, então sei lá, seria isso mostrar mesmo a realidade, o dia a dia mesmo de como que é” (SARA, 40 anos, família1).

Essa rejeição mostra como a mediação da ritualidade, a partir das leituras feitas pelos agricultores familiares, está ligada à construção da identidade, situação já constatada por Ronsini (1993), ao mostrar que as práticas produtivas e culturais do meio rural são fundamentais no processo de recepção.

Para finalizar, apresentamos ainda a visão romantizada que os agricultores percebem sobre como a mídia retrata o meio rural em alguns casos. Embora os informantes reconheçam

que em alguns momentos os meios de comunicação buscam mostrar o lado positivo do trabalho desenvolvido como, por exemplo, a organização através do modelo de economia solidária, a produção livre de agrotóxicos e o cuidado ambiental, não acreditam que essa representação se converta em valorização do trabalho. Marcia fala sobre como as pessoas com mais dinheiro, que são “bem de vida”, nas casas em que ela faz faxinas, percebem a vida no campo: “querem vir pra cá, acham uma maravilha, virem pra cá, falam de vir, curtir, passear, mas não sabem todo trabalho que tem” (MARCIA, 31 anos, família 2).

Luís também atribui à mídia, a forma como “as pessoas da cidade”, fazendo aqui uma oposição ao urbano, veem o meio rural, sem conhecer o trabalho árduo que desempenham:

muito da cidade acha que aqui é para fora, é atirar na terra que o troço vem, que não precisa cuidar, molhar, talvez isso tivesse que chegar para o pessoal da cidade, dizer um pouco a dificuldade desse pessoal (LUIS, 51 anos, família 2).

De modo geral, a televisão explora aspectos mais lúdicos e estéticos na construção dos conteúdos, pelas imagens por exemplo, através da representação de cenários que geralmente remetem a um ideal bucólico e romantizado, mas se sabe que as “paisagens rurais” escondem mais do que se revela sobre seus problemas. Uma ocultação, que facilita o processo de romantização, mas não apresenta, segundo os informantes, a realidade do agricultor familiar.

CONCLUSÃO

Fazer uma pesquisa em um contexto pandêmico, como o enfrentado entre março de 2020 até o término desse trabalho, não foi tarefa fácil. Precisamos adaptar métodos e técnicas durante o percurso, dedicar esforços através de plataformas on-line para o estudo da teoria pesquisada, conversas, reuniões e para ouvir e ver os entrevistados em alguns momentos. A pandemia também trouxe mudanças para o cotidiano dos informantes dessa pesquisa. Observamos que a incorporação das tecnologias digitais no cotidiano dos agricultores familiares se acelerou. O celular e os aplicativos de mensagens passaram a fazer parte ainda mais da ritualidade, indo além do simples receber e fazer chamadas de áudio, como era para alguns. As rotinas mudaram, e agricultores passaram a fazer reuniões com colegas diretamente da propriedade através de uma videochamada. Os jovens, com aulas não mais na escola, distante de casa, mas de dentro do quarto, da cozinha de casa, dividindo os sons do meio rural com as lições dos professores.

Da mesma forma, vimos os meios de comunicação se tornarem ainda mais importantes na disseminação da informação, principalmente sobre as formas de prevenção ao coronavírus. Por outro lado, os mesmos meios se tornaram alvos de críticas por parte dos pesquisados, à medida que os informantes afirmavam “ora, só falam disso”, ao se referirem a cobertura da pandemia que ocupava parte da programação. Em alguns momentos, os agricultores familiares também negaram a assistência da mídia considerada tradicional, mas demonstraram que a televisão e o rádio continuam como os meios mais confiáveis e que fazem parte de suas rotinas.

Se por um lado, as relações dos agricultores familiares com os meios de comunicação ganharam novos contornos, alterando em certo ponto o consumo de mídia, por outro, as leituras feitas por eles da representação midiática do rural, pouco ou nada mudou em relação às pesquisas anteriores que citamos nesta pesquisa. A mídia é apontada por eles como o principal caminho para se dar visibilidade à agricultura familiar perante aos governos, e ainda, como uma esperança para que a sociedade reconheça o trabalho feito no meio rural. Mas também é apontada como o meio que acentua as dificuldades do setor, evidenciando aspectos negativos, como por exemplo pautas vinculadas a desastres ambientais, secas, quebra na produção e reforçando uma imagem negativa do trabalho no meio rural.

Durante a pesquisa, duas questões se mostraram fundamentais para tentarmos respondê-las ao longo do trabalho. Entender como as formas de poder econômico e controle político estão presentes no cotidiano dos agricultores familiares participantes do movimento social de economia solidária, e ainda, como o consumo de mídia, mediado pelo movimento social da

economia solidária, modula a construção da identidade de classe das famílias de agricultores familiares. Questões complexas, mas relacionadas, visto que a mídia está presente em todas as esferas da sociedade. Também trouxemos como objetivo nesse trabalho, compreender qual o papel do consumo de mídia, mediado pela economia solidária e pela classe social, na formação da identidade de classe dos agricultores familiares. O consumo de mídia, assim como referendado em outras pesquisas, se mostrou aqui, fundamental para a construção da identidade de classe dos informantes.

Para atingir os objetivos propostos e responder às duas questões que nos inquietaram sobre a agricultura familiar, mas especificamente sobre o modelo de economia solidária, partimos do entendimento de que não é só a renda que determina uma classe social. Esta é formada pelo acúmulo ou falta de diferentes capitais, a partir da perspectiva sociológica de Bourdieu. Também faz parte dessa formação, o estilo de vida e as mediações, que incidem nas formas como os informantes vivem e também, como estes “leem” e resignificam o que se passa ao redor.

A questão central nas reivindicações dos agricultores familiares se deu por reconhecimento. A valorização da agricultura familiar através de políticas públicas se dá de forma simbólica e cultural e podemos afirmar, a partir do que constatamos, que esta foi criada para ser um fomento econômico, mas que de fato não ocorre. A institucionalização do PRONAF na década de 1990, pode ser considerada um marco político na trajetória da agricultura familiar, mas que traz apenas uma valorização simbólica, a qual não se reverte em valorização econômica. Esse reconhecimento identitário é promovido pela mídia através da vinculação dos agricultores familiares com a religião, com a honestidade, mas não traz para suas discussões a desigualdade. O espaço destinado para a agricultura familiar, principalmente em nível regional ou nacional, se dá a partir de uma perspectiva cultural, raramente com cunho político, econômico ou social. O real potencial da agricultura familiar, também é pouco mostrado, sendo que as cifras bilionárias que o setor movimenta e a participação na produção de alimentos não são discutidas.

Desse modo, ao longo dos anos, os agricultores familiares têm adotado estratégias de sobrevivência. Como lutar contra um mercado extremamente competitivo, que não valoriza economicamente o pequeno produtor rural e que ainda deslegitima a base agrícola campesina? O movimento de Economia Solidária se mostra como uma alternativa de resistência, uma esperança para que juntos, consigam melhorar as perspectivas de vida. De fato, entre os informantes é possível observar que houve uma melhora nas condições de vida a partir da organização nesse modelo, mas não uma melhora efetiva economicamente que lhes deixem em

uma situação confortável. Essa mudança garante o que o próprio projeto se propõe, que é muitas vezes apresentar uma nova forma de vida. Muitos são os casos de agricultores que buscavam formas de parar com o plantio de fumo e arroz, comuns na região central do Rio Grande do Sul, por exemplo. A mudança está atrelada ao elevado custo de produção e baixo preço na comercialização, e também ao grande uso de agrotóxicos, entre as duas culturas, o que acarreta muitas vezes em problemas de saúde para os agricultores. Nota-se aqui, uma preocupação com o meio ambiente e com a qualidade de vida dos próprios agricultores e também dos consumidores.

A agricultura familiar apresenta vantagens em um campo simbólico que coloca os agricultores num patamar de identificação com a classe média, mesmo que economicamente não se tenha uma melhora substancial das condições de vida. Afirmamos isso diante dos discursos políticos e sociais que se estabelecem no entorno dessa fração do meio rural. Os movimentos camponeses são associados, muitas vezes, pela própria mídia ao negativo, à baderna, à desorganização. Já a elite rural, representada pelo agronegócio, é considerada “pop”, a força econômica do país, mas é associada também, de forma negativa ao modo capitalista de produção, à falta de consciência ambiental através do uso de agrotóxicos e da transgenia, por exemplo, da exploração da terra e do desmatamento para a expansão das áreas agrícolas. No meio termo dessas frações de classe, está o agricultor familiar, que ao se denominar dessa forma evita a associação com outras categorias, se posicionam entre a elite rural e os trabalhadores rurais.

Podemos afirmar ainda, a partir do que constatamos durante a pesquisa, que não existe uma justiça distributiva em relação à agricultura familiar e à economia solidária, seja pela falta de investimentos governamentais, cada vez mais reduzidos nessa área, pelo desinteresse midiático nesse setor, ou de modo local, pela falta de reconhecimento social. O Projeto Esperança/Coesperança busca promover essa justiça através do modo de trabalho, com estímulo à produção familiar, a valorização do jovem e da mulher, de um espaço físico para a comercialização dos produtos, do estímulo à solidariedade e a vivência dos princípios da economia solidária. Mas é uma luta desigual entre o contexto micro e o macro, mesmo em mais de três décadas de atividades. Podemos constatar ainda, através dos diversos relatos, bem como das observações realizadas, que existe uma luta por reconhecimento e redistribuição. O reconhecimento do valor econômico e cultural da agricultura familiar, pelo Projeto Esperança/Coesperança, corrige a injustiça distributiva e a simbólica: promove o aumento da renda e um modo digno de auto representação dos trabalhadores e trabalhadoras. Mas essa correção é parcial, porque faltam investimentos públicos adequados e uma representação

mediática e social condizente com o trabalho e a cultura desse segmento do campesinato. Já a redistribuição, pela falta de valorização econômica, em que o grupo enfrenta uma certa privação de vida em relação ao capital econômico, em alguns casos. Esse conceito de justiça distributiva é o que o modelo de economia solidária busca, mas que encontra muitas dificuldades para, de fato, se instalar, principalmente no contexto macro. É uma busca por mais igualdade, onde o alvo das políticas públicas seria o menos favorecido, de modo que usufrua de amplas oportunidades.

Em relação à consciência de classe, podemos afirmar, que esta não é plena no que diz respeito às condições econômicas. O movimento social dá essa condição para a melhoria da renda, mas o reconhecimento fica apenas no campo simbólico. As mediações se revelam fundamentais na construção da identidade de classe do agricultor familiar vinculado ao modelo de Economia Solidária. A reprodução do habitus, a partir da perspectiva de Bourdieu (2007), está presente no ambiente familiar, nas características em relação ao modo com que trabalham, aos valores de vida, as características como o modo de pensar e o comportamento, que são herdados e reforçados no cotidiano. Na escola, na feira, na relação com a mídia, nos demais grupos que frequentam, os agricultores familiares internalizam uma gama de ações que são escolhidas de forma subjetiva e exercidas conforme suas relações sociais. Os valores do passado, herdados de outras gerações, se mantêm presentes mesmo entre os mais jovens e dificultam o romper das barreiras entre o considerado antigo (normalmente associado ao rural) e o moderno (ao urbano).

Percebemos que no modelo de Economia Solidária, o protagonismo das decisões familiares, normalmente atribuído ao homem, tende a ser dividido entre o casal e os jovens, onde todos têm papel importante nas discussões familiares. Porém, mesmo entre os adeptos desse modelo, essa igualdade nas decisões vai variar conforme os capitais cultural e econômico, bem como, com o nível de engajamento e conhecimento da economia solidária. Aliás, são diversos os pontos em que o engajamento e o nível de participação nesse modelo podem ajudar a definir os comportamentos das famílias. Observamos que estes interferem no consumo de mídia e nas leituras da representação midiática do rural e na incorporação de novas práticas agrícolas na propriedade, como no caso da legalização e na diversificação de produtos, o que consequentemente resulta em mais renda.

Mesmo que existem diferenças econômicas entre as famílias pesquisadas, quanto ao tamanho da propriedade e aos bens de consumo, foi possível perceber nas três famílias, o que aborda Souza (2010), no que se refere a ponderar o baixo capital econômico com a noção de

valores morais, como a dignidade, o trabalho árduo e a honestidade. A necessidade é nesse caso, relacionada a um padrão de vida, onde se aceita e internaliza essa condição.

Em relação à educação e aos grupos com os quais as famílias convivem, é possível dizer que essa mediação está ligada essencialmente ao capital cultural, pois quanto maior a aquisição de conhecimento pelo informante, maior o seu envolvimento em grupos externos. Nesse aspecto a construção da identidade de classe aparece de forma evidente a partir da classe em que eles estão inseridos (economicamente e culturalmente). A condição da qual fazem parte, faz com que estes espaços se mostrem como locais de manifestação da inferioridade do rural em relação ao urbano, pois diversos foram os relatos ou então, as negações às situações, que demonstram esse sentimento presente nos agricultores familiares. Desse modo, a valorização e o reconhecimento se mostram como essenciais para a autoestima, o que o Projeto Esperança/Cooesperança procura fazer, mas que muitas vezes se restringe ao ambiente do próprio Projeto, em virtude da falta de reconhecimento junto à sociedade.

Ainda falando sobre a busca por capital cultural, os jovens agricultores familiares demonstraram convicção em procurar mais qualificação através da educação, para dar continuidade futuramente ao trabalho nas propriedades rurais. Entre todos os pais das famílias pesquisadas, a ampliação do capital cultural dos filhos se mostra como esperança de melhoria da qualidade de vida, principalmente na aquisição de mais capital econômico.

Em relação ao consumo de mídia entre os agricultores familiares, fica evidente que a mídia exerce grande influência no cotidiano dos informantes. Seja como organizador das rotinas, espaço de entretenimento, ferramenta para estudo, pesquisas, e aos poucos, na organização do trabalho e incorporação das redes sociais e aplicativos para a comercialização de produtos. Desse modo, o rádio, a televisão e o celular são os mais utilizados em seu cotidiano. O rádio entre os homens durante os deslocamentos entre a propriedade e outros lugares - ouvem no carro ou no caminhão e entre as mulheres principalmente dentro de casa, na cozinha, enquanto trabalham. A televisão é utilizada por todas as gerações, seja para informação através da TV aberta ou então, para entretenimento em plataformas como Youtube e Netflix. O celular também é o meio utilizado entre todas as gerações, mas com funcionalidades e aplicações diferentes, que variam conforme o capital cultural e a idade. Os jovens sabem utilizar todas as funções, ligações, redes sociais, aplicativos, músicas, jogos, etc. mas nem sempre o fazem, principalmente pela dedicação às rotinas de trabalho da família. Entre as mulheres, se percebe um consumo voltado mais para a atualização de redes sociais e busca por informação. Desse modo, concluímos que a incorporação dos meios digitais se mostra cada vez mais presente e, existe uma diminuição das dificuldades estruturais que se revelaram em outras pesquisas. A

internet está cada vez mais presente no meio rural, bem como os equipamentos que permitem seu acesso. Porém, o uso desses meios ainda fica condicionado às rotinas de trabalho e aos valores familiares. É uma incorporação que se dá de forma mais lenta que nos contextos urbanos, mas que mostra que esses meios, principalmente pela aceleração causada pela pandemia, fazem parte do cotidiano dos agricultores familiares e seu uso, se dá diferentes formas, variando conforme o capital cultural e econômico dos informantes.

Podemos considerar ainda que os agricultores familiares vinculados ao modelo de economia solidária, reconhecem uma imagem negativa em relação à categoria social a qual pertencem em alguns contextos, ou seja, não existe a valorização plena da atividade. Por isso, encontramos muitas vezes por parte deles, a negação ou então a desidentificação (SKEGGS, 1997) com essa fração do rural. Evidentemente, essa noção pode ser atribuída em grande parte aos meios de comunicação que reforçam estereótipos e dão visibilidade à agricultura familiar em contextos negativos. A projeção da identidade não é necessariamente uma vontade frustrada de pertencer a outro grupo rural, mas o desejo de conquistar a valorização e o respeito que os agricultores familiares ainda buscam e que eles conheceram em outros momentos da vida. A desidentificação mostra-se aqui, como uma manifestação dos processos históricos que levam à construção da identidade de classe, através da afirmação do não se tornar visível através da mídia, em uma disputa por espaço com outros grupos do rural.

Fica evidente também, através da leitura midiática do rural, que os informantes procuram reforçar sua identidade coletiva com a agricultura familiar. Nesse sentido, o proposto por Bourdieu (2007) revela-se aqui através da leitura das representações que eles fazem da mídia. Segundo o autor, assim como outros grupos dominantes, a mídia procura impor uma representação subjetiva como representação coletiva. Assim, os indivíduos mantêm uma fidelidade a si e ao grupo para reforçar sua identidade social e coletiva.

Ficou evidente ainda nessa pesquisa, que a construção da identidade de classe, está vinculada às relações que os agricultores familiares estabelecem com a mídia. Toda a construção identitária é comunicada ao mundo e aos outros sob a forma de representação, pela forma como algo é “mostrado e visto”. Assim, a noção da situação de classe se estabelece através das leituras feitas da representação midiática. A forma como o rural é mostrado, através de reportagens e programas que falem do campo, deixa claro a posição de inferioridade dos agricultores familiares em relação aos grupos rurais com maior poder aquisitivo. A ideia coletiva de que há a inserção somente dos grandes produtores na mídia, bem como a ideia de que a inserção do pequeno ocorre em notícias relacionadas a perdas, intempéries climáticas e aspectos mais negativos, mostra que o sentimento identitário de pertencimento àquele grupo

social, está presente. Também, os agricultores familiares, enquanto grupo social, reforçam o sentido que circula socialmente sobre o agronegócio, em termos mais capitalistas, associados à devastação ambiental e à exploração, reforçados pela mídia.

Destacamos que a crença no modelo de Economia Solidária está presente entre todos os informantes, existe uma identificação com as propostas do Movimento, mas a intensidade de participação, se dá conforme o engajamento no Projeto, na participação em outros movimentos sociais ou instituições, e também, quanto maior o capital cultural e econômico. A esperança na construção de “um novo mundo possível” se dá como uma alternativa para enfrentar os problemas do Projeto, da sociedade e da desvalorização.

Ao finalizar essa dissertação, conclui-se também uma etapa pessoal desse estudante, criado no campo, filho de pequenos agricultores, jornalista, produtor de conteúdos midiáticos e inconformado com as injustiças sociais. Digo isso, pois muitas indagações desse trabalho surgiram a partir de inquietações pessoais e, foi possível perceber um entrelaçamento entre as situações que permeiam as frações do meio rural, suas disputas e o quanto a mídia está presente em tudo isso, não só entre os informantes, mas também, nas realidades em que vivi. O rural é sim, relegado a um segundo plano em diversas esferas, sejam elas governamentais, midiáticas, políticas ou sociais. O trabalho nem sempre valorizado, faz com que os agricultores familiares adotem estratégias de sobrevivência e porque não dizer, de resistência, pois precisam se manter em um meio que tem sido romantizado pela mídia como um local a ser explorado turisticamente, como espaço de qualidade de vida ou ainda através dos aspectos culturais, mas que quase nunca revela as suas lutas e desigualdades presentes nesse espaço.

Ora, se a agricultura familiar é uma legitimação política e econômica, se ao longo dos anos tem se tornado uma alternativa para muitos pequenos produtores que precisam assumir essa condição até como sobreposição ao modelo do campesinato e tem uma grande importância econômica para o país, porque não ter a valorização e o reconhecimento dos governos, da mídia e da sociedade em geral? A Economia Solidária se mostra como uma forma de valorização e até de incentivo ao trabalho dos agricultores familiares, a ação coletiva em torno de um movimento social propicia maior representatividade e organização aos agricultores, mas ainda, mesmo que tente se opor ao capitalismo, esbarra no próprio sistema.

Finalizo essa dissertação, esperando ter contribuído com o campo da comunicação, tão amplo, que perpassa por diversas áreas, caminhos como os que trilhamos nesta dissertação através das ciências sociais e da sociologia do rural, por exemplo. Em nenhum momento tivemos a pretensão de “invadir” outras áreas do saber, mas sim, de contribuir, através da comunicação, com realidades que se apresentam e são determinadas em muitos aspectos pelo

consumo de mídia. Trago ainda uma provocação de Ronsini, orientadora desse trabalho, durante as primeiras disciplinas do mestrado e, que se mostrou importante durante a pesquisa e que serve de referência para os demais estudos etnográficos, de que precisamos refletir criticamente sobre a realidade do país e ter em mente que a classe social dos indivíduos precisa ser considerada e estudada. É esta que vai revelar as desigualdades existentes na sociedade e também que irá determinar o futuro de um indivíduo e da sua classe.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. “Uma nova extensão para a agricultura familiar”. In: Seminário Nacional De Assistência Técnica e Extensão Rural. Brasília, DF, **Anais...**, p. 29. 1997.
- ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do Capitalismo Agrário em questão**. São Paulo: Anpocs, Unicamp, Hucitec, 1992.
- ALEXANDRE, M. **O papel da mídia na difusão das representações sociais**. *Comum - Rio de Janeiro* - v.6 - n° 17 - p. 111 a 125 - jul./dez. 2001.
- ASSEBURG, H. B.; GAIGER, L. I. **A economia solidária diante das desigualdades**. *Revista de Ciências Sociais*, v. 50, n. 3, 2007, p. 499-533.
- BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.
- BONIN, J. A. Estratégia multimetodológica de captação de dados em pesquisa de recepção: a experiência da investigação. Telenovela, identidade étnica e cotidiano familiar. **Rastros**, Joinville, v-1, p. 6-18, 2004.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk; 2013.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk; 2008.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 5ª Edição. Perspectiva: São Paulo, 2007.
- BOURDIEU, P. **Coisas ditas**. Editora Brasiliense: São Paulo, 1990.
- BOURDIEU, P. **Distincion**. Routledge & Kegan Paul: Londres, 1984.
- BOURDIEU, P. **Esquisse d’une théorie de la pratique**. Seuil: Paris, 2000.
- CARNEIRO, M. J. Ruralidades: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**. UFRRJ. n°11, outubro de 1998, p. 53-75.
- CARNEIRO, M. J.; GERHARDT, C. **Os rurais e as novas ruralidades, problematizando questões**. UFRRJ. 2004. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/papers-29-encontro/gt-25/gt21-19/3811-cgerhardt-os-rurais/file>. Acesso em 20 de jan. 2021
- CASTELLS, M. **A Sociedade Em Rede**. Ed. Paz Na Terra. 1999.
- CASTELLS, M. **A Sociedade Em Rede**. Ed. Paz Na Terra. 2000.
- CEHELLA, T. N. P. **Da felicidade à Alegria: os usos e apropriações do telejornal Jornal Nacional por famílias de classe popular**. 195 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2015.

CHALITA, M. A. N. Agricultura familiar e seus novos vínculos com a prática econômica. **Agric.** São Paulo, v. 53, n. 2, p. 125-139. São Paulo, 2006

COULDRY, N. **Media, Society, World – Social Theory and Digital Media Practice.** 2012.

CREDIT SUISSE. **Global wealth report.** 2020. Disponível em: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/global-wealth-report.html>. Acesso em 27 de abr. 2020.

DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

EDER, K. **A nova política de classes.** Bauru – SP: Edusc, 2002.

ESCOSTEGUY, A. C. **Cartografias dos estudos culturais – uma versão latino-americana.** Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

ESCOSTEGUY, A. C.; FELIPPI, A. C. T. **As tecnologias de comunicação no cotidiano de famílias rurais : (re)configurações de uma ruralidade.** Santa Cruz do Sul: Edunisc. 2019.

ESCOSTEGUY, A. C.; SIFUENTES, L. O mapa das mediações comunicativas da cultura: cartografando a pesquisa. In: SACRAMENTO, I. (Org.). **As mediações comunicativas.** Rio de Janeiro: Multifoco, p. 20-35. 2017.

FARIA, L. S. P. **Etnografia na pandemia:** algumas experiências de trabalho de campo. UFRGS, 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/ifch/index.php/br/etnografia-na-pandemia-algumas-experiencias-de-trabalho-de-campo-1>. Acesso em 05 de jun. 2020.

FERNANDES, Bernardo M. **Espaços agrários de inclusão e exclusão social: novas configurações do campo brasileiro.** Currículos sem Fronteiras, v. 3, n. 1, pp. 11-27, Jan/Jun, 2003.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Caderno de aprofundamento aos debates.** Brasília: FBES, 2007.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Ousar a solidariedade: partilha de práticas de economia social e solidária no Brasil e no Quebec.** Brasília: FBES, 2008.

FROEHLICH, J. M.; MARIN, J. **Juventudes rurais e desenvolvimento territorial.** Santa Maria: Editora UFSM, 2019.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: Bauer, Martin W.; GASKELL, George (Org.) **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis: Vozes, p. 64-89, 2002.

GODOI, E. P.; MENEZES, M. A.; MARIN, R. A. (Orgs.) **Diversidade do campesinato:** expressões e categorias. Estratégias de reprodução social. V. 2. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

GOHN, M. G. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação,** v. 16, n. 47, p. 333-361, maio-ago. 2011.

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 52. supl.1. Brasília, 2014.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Tradução William Oliveira e Daniel Miranda. Rio de Janeiro: Ed. Apicuri, 2016.

HINE, C. **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday**. Bloomsbury Academic, 2015.

INCRA. **Site – Tabela Fiscal**. 2019. Disponível em: <http://incra.gov.br/tabela-modulo-fiscal>. Acesso em 01 de nov. 2019.

JACKS, N. (Coord.). **Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

JOVCHELOVITCH, S. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

KELLNER, D. **A cultura da mídia: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIVINGSTONE, S. **Young people and new media**. Sage Publications, 2008.

LOPES, M. I. V. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, v.8, n. 1, p. 65-80, 2014.

LOPES, M. I. V. Proposta de um modelo metodológico para o ensino da pesquisa em comunicação. In: LOPES, M. I. V.; MOURA, C. P. (Org.) **Pesquisa em comunicação: metodologia e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 99-108.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus. 2002.

MACHADO, R. **Legislação define quem é considerado agricultor familiar**. Câmara dos deputados, 2018. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/541665-legislacao-define-quem-e-considerado-agricultor-familiar>. Acesso em 01 de nov. 2019.

MARÃO, M. **Juventude camponesa e consumo de mídia na era digital**. Santa Maria, 2020.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: 3 introduções. **Matrizes**, v. 12, n. 1, p. 9-31, 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1987.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, J.; BERKIN, S. C. **Ver con los outros: comunicación intercultural**. México: Fondo de cultura económica, 2017.

MILLER, D. **Como conduzir uma etnografia durante o isolamento social**. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WC24b3nzp98>. Acesso em 05 de jun. 2020.

MORLEY, D. **Medios, modernidad y tecnología. La geografía de lo nuevo**. Barcelona, Espanha: Gedisa, 2008.

MORLEY, D. **Televisión, audiências y estúdios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Tradução A. Cabral. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1978.

MURDOCK, G. **Comunicação contemporânea e questões de classe**. Matrizes, ano 2, n. 2, p. 31-56, 2009.

NEVES, D. P. Agricultura familiar: quantos ancoradouros! In: FERNANDES, B. M.; MARQUES, M. I. M.; SUZUKI, J. C. (org.). **Geografia agrária: teoria e poder**. São Paulo: Expressão Popular, p. 211-270, 2007.

O FEIRÃO COLONIAL – 25 ANOS. **Revista comemorativa dos 25 anos do Feirão Colonial**. Santa Maria: Editora Palloti, 2017.

O SANTUÁRIO. **Revista da Arquidiocese de Santa Maria**. Ano XLII. Outubro, 2019.

OLIVEIRA, C. T. F.; NUNES, M. V.; BRAGA, R. S. A construção da auto-imagem do MST na sua mídia e suas relações estratégicas de inserção social global. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 13, n. 3, p. 185-194, 2011.

OROZCO GÓMEZ, G. La condición comunicacional contemporânea. Desafios latinoamericanos de La investigación de las interacciones em La sociedade red. In: JACKS, Nilda (org.). **Análisis de recepción em América Latina: um recuento histórico com perspectivas al futuro**. Quit-Ecuador: Editorial “Quipus”/CIESPAL, 2011.

PICOLOTTO, E. L. **As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política**. Rio de Janeiro: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2011.

QUADROS, W. J.; MAIA, A. G. **Estrutura sócio-ocupacional no Brasil**. Rev. Econ. Contemp. vol. 14 n3. Rio de Janeiro. 2010.

QUADROS, W.; ANTUNES, D. **Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa**. Cadernos do CESIT. 2001.

QUADROS, W.; GIMENEZ, D.; ANTUNES, D. **So, Are We a Middle-Class Country? Labor Market, Income, and Social Change in Brazil in the Twentieth Century**. FACAMP, UNICAMP. 2013.

REICH, E. E. A distinção das classes sociais segundo o conceito do capital cultural em Bourdieu, e a teoria da classe de lazer de Thorstein Veblein. **Saberes: Revista Interdisciplinar de Filosofia e Educação**, v. 15, n. 8, 2017.

RONSINI, V. M. **A crença no mérito e a desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre.** Sulina. Porto Alegre. 2012.

RONSINI, V. M. **A etnografia crítica da recepção: miniaturistas em campo.** Campo Grande: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2001.

RONSINI, V. M. **A Perspectiva das Mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção).** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010.

RONSINI, V. M. A Perspectiva das Mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, I. M. M.; JUNIOR, J. J. (Org). **Comunicação e Estudos Culturais.** Edufba. Salvador, 2011. p. 75-98.

RONSINI, V. M. Classes, comunidades intencionais e usos da mídia: esboço teórico para sua articulação. In: XXVIII Encontro Anual da Compós. **Anais....** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2019.

RONSINI, V. M. **Mercadores de Sentido: consumo de mídia e identidades juvenis.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

RONSINI, V. M. Telenovelas e a questão da finalidade de classe. **Matrizes.** V. 10, n. 2, p. 45-60, 2016.

SALATA, A. R. **A classe média brasileira: posição social e identidade de classe.** 1. ed. - Rio de Janeiro: Letra Capital, 2016.

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar.** 2nd ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

SETTON, M. G. J. Um novo capital cultural: pré-disposições e disposições à cultura informal nos segmentos com baixa escolaridade. **Educ. Soc.,** Campinas, vol. 26, n. 90, p. 77-105, Jan./Abr. 2005

SIFUENTES, L. O consumo de notícias por agricultores: a mídia nas atividades diárias. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática.** n. 22, 2011.

SILVERSTONE, R. **Media and Morality: on the rise of the mediapololis.** Reino Unido: Polity Press, 2007.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária.** 1ª Edição. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2002.

SKEGGS, B. **Formations of class and gender.** Londres, 1997.

SOUZA, J. **A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

SOUZA, J. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?.** Editora UFMG. Belo Horizonte, 2010.

SOUZA, J. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?**. Editora UFMG. Belo Horizonte, 2012.

SPINK, Mary Jane. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais. In: JOVCHELOVITCH, S.; GUARESCHI, P. (orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994.

THOMPSON, E. P. A economia moral da multidão inglesa no século XVIII. In: **Costumes em comum**. Estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

THOMPSON, E. P. **The moral economy reviewed**. In customs in common. Londres: Penguin Books, 1993.

UCHÔA, C.; KERTESNETSKY, C. L.; SILVA, N. V. Padrões de consumo e estilos de vida: Em busca da nova classe média. In: 37º Encontro Nacional da ANPOCS. **Anais...** 2013.

VÉRON, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos de la Comunicación**, n. 48, Lima, Felafacs, 1997.

WANDERLEY, M. N. B. O campesinato brasileiro: uma história de resistência. **Revista de economia e sociologia rural**, v. 52, p. 25-44, 2014.

WANDERLEY, M. N. B. **O mundo rural como um espaço de vida**: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2009.

WANDERLEY, M. N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: XX Encontro Anual da ANPOCS. **Anais...** Caxambu/MG, 1996.

WILLIAMS, R. **O Campo e a Cidade**: na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras. 1989.

APÊNDICE A

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS MEDIAÇÕES DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Técnica Utilizada: Questionário

Nome Completo: _____
 Endereço: _____ Idade: _____
 _____ Religião atual: _____ Religião anterior: _____
 _____ Estado Civil: _____ Profissão _____
 Atual: _____ Profissão Anterior: _____
 Escolaridade: _____
 Estudou sempre em: () Escola Pública () Escola Particular () Em ambas
 Se você tem curso técnico ou curso superior, em qual instituição se formou: _____
 Fez algum curso de idioma? () Sim () Não Qual idioma: _____
 Escolaridade da Mãe: _____
 Escolaridade do Pai: _____
 Tem irmão ou irmã? () Sim () Não Quantos? _____
 Marque um X dentro do quadrado que corresponde à quantidade de produtos que tem na sua casa:
 A água utilizada na sua casa vem de?
 Rede Geral de Distribuição-Água encanada
 Poço artesiano próprio – poço – nascente
 Outro Meio – Qual? _____

Considerando o trecho da rua da sua casa, o acesso à sua casa, você diria que a rua é:
 Asfaltada/Pavimentada/Calçamento Terra/Chão Batido/Cascalho
 Qual é o grau de instrução do chefe da família? Considere como chefe da família a pessoa que
 contribui com a maior parte da renda do domicílio. _____
 Qual é a renda mensal da sua família considerando que o valor do salário mínimo atual corresponde a
 R\$954,00? Somando os rendimentos de todas as pessoas que moram na sua casa:
 Até 1 salário mínimo De 01 até 03 salários mínimos
 De 03 até 05 salários mínimos De 05 até 15 salários mínimos
 Mais de 15 Salários mínimos

Marque um X dentro do quadrado que corresponde à quantidade de produtos que tem na sua casa:

Itens de conforto	Não Possui	1	2	3	4 ou mais
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular da sua família					
Quantidade de empregados mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana, na sua casa/propriedade					
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho					
Quantidade de banheiros					
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel					
Quantidade de geladeiras					
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex					
Quantidade de microcomputadores, considerando computadores de mesa, Celulares, Smartphones, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms					
Quantidade de lavadora de louças					
Quantidade de fornos de micro-ondas					
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional					
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca					

Em relação a sua propriedade rural: Quem trabalha na propriedade: _____

Quantos hectares a propriedade possui no total: _____

Quantos são próprios: _____ Quantos arrendados: _____

Quantos hectares são cultiváveis: _____

Você se considera: () pequeno produtor () médio produtor () grande produtor

Que produtos você produz na sua propriedade: _____

Que produtos você comercializa, vende: _____

Onde você comercializa seus produtos: _____

Sua casa é: () Própria () Alugada Se Própria, que ano foi comprada, construída: _____

Qual é/era a profissão do seu pai: _____

Qual é/era a profissão da sua mãe: _____

Você é sócio de algum clube/grupo? Se sim, qual/quais: _____

Quais são suas atividades de lazer durante a semana? O que você faz? (Jogos, grupos, leituras, passeios, etc.) _____

Você tem plano de Saúde: () Sim () Não Qual: _____

Questões relacionadas a sua relação com os meios de comunicação:

Que meios de comunicação você usa? () Televisão () Rádio () Jornal () Revista () Internet

Televisão: Quantos televisores tem na sua casa: _____

Onde ela(s) fica(m)? Em quais lugares da casa? _____

Possui TV por assinatura? _____

Você tem assinatura de algum serviço como Netflix ou Globo Play? _____

Quantos dias por semana você assiste novela? _____

Qual ou quais novelas você assiste? _____

Assiste filmes? De que tipo: _____

Assiste alguma série? Se assiste, qual? _____

Assiste algum telejornal? Qual ou quais? _____

Que outros programas você assiste? _____

Quantos dias por semana você assiste televisão? _____

Rádio: Quantos aparelhos de rádio tem na sua casa: _____

Onde ele(s) fica(m)? Em quais lugares da casa? _____

O que você escuta no rádio (programas, jornais) _____

Você costuma ligar ou mandar mensagem para alguma rádio? _____

Jornal: Você lê jornal quantos dias na semana? _____

Você assina algum jornal? Qual? _____

Você interage com o jornal de alguma forma? Qual? _____

Em que lugar você costuma ler o jornal? _____

O que você costuma ler no jornal? _____

Revista: Você lê revista quantos dias na semana? _____

Você assina alguma Revista? Qual? _____

Você interage com a revista de alguma forma? Qual? _____

Em que lugar você costuma ler revista? _____

O que você costuma ler na revista? _____

Internet: Você tem acesso à Internet () Sim () Não

Em que aparelhos você tem acesso à internet: () Smartphone/celular () Televisor ()

Computador/Notebook/Tablet

Que tipo de Internet você tem? _____

Quantos reais você gasta por mês em Internet:

Na sua casa: _____ Local de Trabalho: _____ No seu celular: _____

Você está satisfeito com a sua velocidade de conexão à internet: _____

Se não está satisfeito, qual o motivo: _____

Quantos dias por semana você utiliza internet: _____

Que conteúdo você acessa na internet? Descreva (aplicativos, redes sociais, sites de notícias, jogos, etc.) _____

O que você faz no Facebook, pra que você utiliza? _____

Usa Instagram? O que você faz nessa Rede, o que acessa? _____

Pra finalizar, me conte que dificuldades você enfrenta no seu trabalho. Questões físicas, estruturais, econômicas, políticas, etc. _____

APÊNDICE B

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO O CONSUMO DE MÍDIA POR AGRICULTORES FAMILIARES E AS MEDIações DE CLASSE SOCIAL E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Técnica Utilizada: Entrevista Semiestruturada

Entrevistas aplicadas individualmente em cada membro da família.

Questões referentes à Socialidade:

- Escola e amigos – como a competência cultural se estabelece, bem como os grupos frequentados e as relações com o outro nessas ambiências.

1. Você convive com pessoas ricas? Sim ou não? Caso responda sim – que tipo de relação: de amizade, profissional? Caso responda não. Por que não convive?

2. Você convive com pessoas pobres? Sim ou não? Caso responda sim – que tipo de relação: de amizade, profissional? Caso responda não. Por que não convive?

3. Na escola, como é a sua relação com os colegas?

4. Sofreu algum tipo de discriminação ou preconceito?

5. Como você lida com a autoridade do professor?

06. Como você avalia o seu desempenho?

07. A educação é importante para quem trabalha no meio rural hoje? De que forma?

08. Foi incentivado a estudar ou incentiva os filhos?

- Família – relações familiares, geracionais, crenças, padrões e hábitos de vida.

09. Como é/era a educação que recebeu dos pais?

10. Recebeu alguma orientação dos pais em relação à profissão?

11. Quais as dificuldades que a mulher de classe popular pode ter na administração da casa?

12. Quais as dificuldades que a mulher de classe alta tem na administração da casa?

13. Houve algum momento de dificuldade na sua infância, adolescência, como foi sua vida?

14. Alguma vez você já foi discriminada pela sua condição econômica?

15. Como a mulher humilde é vista (valorizada) na sociedade?

16. Como são as relações entre mulheres de classe distintas?

17. Quais são as tarefas domésticas que realiza?

18. Qual o partido ou candidato que votaria para presidente? Por que?

19. Qual profissão gostaria de ter? Por que?

20. O que é preciso pra ser uma pessoa bem sucedida? O que é ser bem sucedido?

21. Você já se sentiu diferente de alguém em função de ter algo que a pessoa não tem? [carro, casa, roupa, profissão]

22. Você já se sentiu tão diferente de alguém de forma que essa diferença impediu ou

dificultou você conversar com essa pessoa?

23. Você já presenciou alguém se mostrar superior em função de ter algo que outras pessoas não têm?

24. Pelo que você observa na sociedade, como uma pessoa pobre é vista pelos outros?
[Habitação, escolaridade, família, lazer, relações sociais, vestuário]

25. De que modo a sua condição econômica determina a sua maneira de viver?

26. O que você gostaria de aprender se tivesse a chance?

27. Existe ajuda mútua entre os vizinhos? Exemplos

28. Como você se define como classe social?

29. Tem familiares que moram na cidade? Vocês se encontram? Como é a relação?

30. Como é a divisão das tarefas na sua casa?

-Trabalho – rotinas produtivas, uso da terra, relação com a propriedade, perspectiva ocupacional, a relação de poder e interesse entre grupos, o papel de atuação esperado do estado.

31. Em relação a essa pandemia? Quais as dificuldades que você enfrentou? Teve perdas econômicas? De que forma a pandemia afetou sua rotina/produção?

32. Na Zona Rural como é a relação entre as classes?

33. Na hora de ir comprar algum insumo, algum produto pra propriedade, se sente constrangido em algum momento?

34. Nas feiras, qual a diferença entre os clientes mais ricos e mais pobres?

35. A sua propriedade, faz divisa com que pessoas?

36. Já conversou com eles? Como se relacionam?

37. No campo qual a maior desigualdade hoje?

38. O que torna o trabalho mais difícil?

39. Você já morou na cidade? Se sim, o que pensava da vida no campo?

40. O que pensa do capitalismo?

41. O agronegócio é uma ameaça?

42. Como as pessoas da cidade definem o homem do campo?

43. Os políticos pensam no pequeno agricultor?

44. Vocês encontram financiamentos, políticas voltadas para sua propriedade?

45. Como você avalia o trabalho da mulher/homem no meio rural?

46. Participa de algum sindicato, movimento social?

47. Como é essa sua participação?

48. Quais as lutas, ganhos para você?

- Economia Solidária – a relação com o projeto Esperança/Cooesperança, o modo de vida, as relações que se estabelecem entre os membros dos grupos autogestionários, enquanto busca de defesa dos direitos e resistência.

49. O que pensa ou entende por economia solidária?

50. O que pensa do modo de funcionamento do Projeto Esperança/Cooesperança?

51. No projeto esperança cooesperança, como funciona o núcleo que você participa? As relações são profissionais, amizade, o que falam, se encontram, internet?

52. Pretende seguir no meio rural?

53. Pretende seguir no Projeto Esperança/Cooesperança?

54. Está há quanto tempo no Projeto? Como foi esse ingresso, como soube?

55. Acredita que um novo mundo seja possível?

56. Qual seria o meio/método para esse mundo mais igual?

57. Politicamente o Projeto tem uma orientação para os participantes, o que pensa disso?

58. Como é a questão religiosa no Projeto?

59. Alguma diferença entre o trabalho de homens e mulheres?

60. A questão da comercialização dos seus produtos? Encontra espaço para isso? Quais as dificuldades?

61. Em termos de legalização, se enquadra nas exigências, dificuldades?

62. Quem consegue hoje manter tudo em dia, documentação, produção?

63. Do que você discorda na organização/funcionamento do Esperança/Cooesperança?

Ritualidade:

- Modos de ver, ler, ouvir e interagir - horários de consumo, meios consumidos, a inserção dos conteúdos e aparatos midiáticos no tempo e no espaço cotidiano dos informantes.

64. Em relação a tecnologia, como ela está presente na propriedade?

65. Como a tecnologia ajuda ou não no trabalho?

66. Entretenimento, jogos, novelas, música, etc. Busca em que mídias?

67. Notícias, onde você encontra? Tem alguma rotina de se informar?

68. Que meios preferem?

69. E as notícias nas redes sociais? Confia, repassa, checa?

70. Usa a internet para venda de produtos? Como?

71. Como é a rotina em casa? Assistem programas em família? Discutem? Proíbe algum programa em relação aos filhos?

Ritualidade

- Representações midiáticas do rural - a partir do consumo dos meios de comunicação, a leitura que os agricultores familiares fazem sobre a mídia.

72. O que você pensa da mídia em geral?

73. Se assiste ao Campo e Lavoura ou Globo Rural, por exemplo, alguma diferença? Se vê representado? Aplica no dia a dia?

74. Celular/Internet? Usa o que pensa, benefícios, prejuízos?

75. Conhece algum humorista da internet? Mulita, Mixaria, Badin? O que você acha? Representação?
76. Lembra de alguma novela sobre o homem do campo? Você concorda com a forma como o agricultor é mostrado?
77. A grande mídia fala do homem do campo?
78. Orienta os filhos de alguma forma em relação ao consumo midiático?
79. Qual o meio de comunicação que você mais confia?
80. Como o agronegócio é representado?
81. Como os pequenos agricultores são mostrados?

APÊNDICE C

Termo de consentimento livre e esclarecido

Prezado participante da pesquisa “**O consumo de mídia por agricultores familiares e as mediações de classe social e economia solidária**” estamos realizando um estudo científico cuja principal finalidade é investigar as relações de consumo de mídia entre agricultores familiares e o contexto social em que estão inseridos. As informações coletadas a partir de sua participação voluntária nesta pesquisa fornecerão subsídios para a elaboração da dissertação de mestrado de Mauricio Rebellato no programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) sob orientação da professora Dra. Veneza Mayora Ronsini.

Esclarecemos que essa pesquisa será realizada através dos seguintes procedimentos metodológicos:

1. Observações do cotidiano dos entrevistados nas residências, locais de trabalho e de reuniões como o Projeto Esperança/Coesperança, das famílias participantes da pesquisa;
2. Entrevistas semiestruturadas em profundidade, individuais e gravadas para fins de pesquisa;
3. Questionário e registro através de fotografias para fins de pesquisa;
4. Ligações, chamadas de vídeo e conversas por aplicativo de mensagens através de plataformas na internet.

Ressaltamos que as informações reunidas serão utilizadas somente para os fins deste estudo e dos trabalhos acadêmicos que dele se desdobrarão. Ademais está assegurado aos participantes o direito para mais informações e a desistência da participação na pesquisa a qualquer momento. A pesquisa é desenvolvida por Mauricio Rebellato, do curso de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM.

Agradecemos desde já sua participação.

Eu, _____
CPF _____ declaro que fui informado dos objetivos, justificativas e procedimentos dessa pesquisa de forma clara e detalhada. Todas as minhas dúvidas foram respondidas e eu estou ciente de que poderei pedir esclarecimentos a qualquer momento da pesquisa.

Assinatura do Participante da Pesquisa

Assinatura do acadêmico Pesquisador

Santa Maria, ____ de _____, de 2020