

Usos sociais da mídia de mulheres do campo: estudo de recepção realizado com trabalhadoras rurais pomeranas e quilombolas do sul do Brasil¹

Gabriela Schmalfluss Borges²

Veneza Mayora Ronsini³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este resumo refere-se a um estudo qualitativo de recepção midiática, realizado junto a trabalhadoras rurais de origem pomerana e quilombola, moradoras de São Lourenço do Sul/RS entre 2021 e 2023 (BORGES, 2023). A pesquisa teve como objetivo geral interpretar qual é a imagem que esse grupo de mulheres tem do que é uma mulher rural e qual o impacto da representação construída a partir das mídias televisivas e da internet na autorrepresentação mediada pela sociabilidade, identidade e pelas redes delas como trabalhadoras rurais. O trabalho foi realizado unindo a metodologia de Retratos Sociológicos (LAHIRE, 2004) à teoria dos usos sociais da mídia, de Jesús Martín-Barbero (1997, 2018).

PALAVRAS-CHAVE: mulheres rurais; consumo; recepção; identidades.

INTRODUÇÃO

A discussão trazida neste resumo é fruto da dissertação de mestrado (BORGES, 2023) “*Consumo e identidades de trabalhadoras rurais pomeranas e quilombolas do sul do Brasil*”⁴, realizada sob orientação da prof^a Dr^a Veneza Ronsini junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) entre 2021 e 2023.

O estudo de recepção foi desenvolvido em São Lourenço do Sul, município localizado no sul do Rio Grande do Sul. Ao mesmo tempo em que São Lourenço do Sul é considerado o principal polo de imigração da população pomerana⁵ no Rio Grande do Sul, tendo recebido os primeiros imigrantes no ano de 1858, o município tem cinco

¹ Trabalho apresentado no GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-americano, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda e mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); jornalista e especialista em Artes pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel); e-mail: gabischmalfluss@gmail.com

³ Professora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo, Pós-Doutora pela Notting Trent University (CAPES) e Loughborough University (CAPES PrInt), e-mail: venezar@gmail.com

⁴ Disponível em <<https://repositorio.ufsm.br/handle/1/29725>>. Acesso em 22 abr. 2024.

⁵ Comunidade pomerana tem origem germânica e é originária da Pomerânia, região localizada na região do Mar Báltico, entre as atuais Alemanha e Polônia.

comunidades remanescentes de quilombos reconhecidas pela Fundação Palmares⁶, e todas elas são localizadas no ambiente rural.

O grupo de mulheres rurais lourencianas da classe trabalhadora é composto, então, por duas comunidades tradicionais: 1) mulheres pomeranas, que compõem uma classe vinculada, principalmente, às pequenas propriedades familiares; e que em alguns casos atuam simultaneamente em ocupações liberais, como atividades relacionadas às áreas de estética ou de costura, por exemplo, 2) e mulheres quilombolas, que vivem em sua maior parte a partir de uma agricultura de subsistência, trabalhando de forma autônoma como bóias-frias⁷ em lavouras da região e/ou como diaristas em serviços de limpeza.

Por meio de pesquisa empírica qualitativa foi buscado, como objetivo geral, interpretar qual era a imagem que esse grupo de mulheres tem do que é uma mulher rural e qual o impacto da representação construída a partir das mídias televisivas e da internet na autorrepresentação mediada pela sociabilidade, identidade e pelas redes delas como trabalhadoras rurais.

Também foram elencados, como objetivos específicos: 1) Descrever como se dava consumo cultural e qual o contexto dos dois grupos de mulheres rurais selecionados; 2) Detalhar de que forma se caracterizava a sociabilidade das interlocutoras, especialmente no que diz respeito à família, escola, religião e ao trabalho; 3) Avaliar se e como as mulheres rurais lourencianas formam redes, sejam presenciais ou digitais, e em que medida essas redes atuavam em seu cotidiano e concepções de mundo; 4) Entender qual a leitura das interlocutoras acerca das imagens provenientes das telenovelas e dos telejornais e se e/ou como essas imagens atuam nas representações que elas têm acerca da mulher trabalhadora rural e na construção de suas identidades, considerando questões relacionadas ao gênero, à classe, e às relações étnico raciais.

METODOLOGIA

A pesquisa se alinhou com a vertente de estudos culturais, especificamente, a teoria dos usos sociais da mídia, de Jesús Martín-Barbero (1997, 2018), tendo em vista

⁶ Relação de comunidades reconhecidas disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/sites/mapa/crqs-estados/crqs-rs-22082022.pdf>> Acesso em 23 abr. 2024

⁷ Trabalhadora rural sem vínculo empregatício. O serviço é pago por dia e as tarefas são temporárias. O fluxo de trabalho é mais constante somente no período de safra.

os entrelaçamentos que o autor propõe entre a cultura e os produtos midiáticos no cotidiano dos indivíduos, ou seja, as diversas formas de apropriação da mídia por parte dos receptores, de acordo com o contexto no qual estes estão inseridos.

Oito interlocutoras contribuíram para a sua realização, sendo quatro delas pomeranas e quatro delas quilombolas. À época, suas idades que variavam entre os 21 e os 58 anos, e todas residiam na zona rural do município, em minifúndios⁸ ou em pequenas propriedades.

Os dados foram obtidos a partir da aplicação da metodologia de Retratos Sociológicos, uma proposta do sociólogo Bernard Lahire (2004), a fim de possibilitar a compreensão das trajetórias de vida das interlocutoras, e de como elas consomem e interagem com a mídia.

Para isso, foram realizadas entrevistas em profundidade com roteiro semiestruturado. Além de informações sociodemográficas e sobre o consumo de mídia de cada interlocutora, foi buscado, com as entrevistas, olhar subjetivamente para as vivências, sonhos e dificuldades destas mulheres. Também abrimos espaço para o debate sobre como as participantes visualizam a representação das mulheres do campo naquilo que consomem.

O diálogo com a perspectiva das mediações (MARTÍN-BARBERO, 1997; 2018) se estabeleceu na busca por respostas acerca de como são forjadas suas relações (sociabilidade); de como elas se enxergam (identidade) e como interagem e estabelecem laços (redes). Assim, a análise do material obtido foi realizada a partir das mediações mencionadas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Depois de um extenso caminho teórico e metodológico, verificamos que tanto pomeranas, como quilombolas, acreditam que a imagem da rural veiculada pela mídia tende a ser de uma trabalhadora desgastada pelo sol, geralmente branca, onde a classe é expressa tanto na forma de vestir, na falta de apreço à estética, bem como na dificuldade de se expressar e comunicar.

⁸ O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), define como pequena propriedade o imóvel rural com área compreendida entre 1 e 4 módulos fiscais; média propriedade de área superior a 4 e até 15 módulos fiscais, e grande propriedade, acima de 15 módulos fiscais. Também define como minifúndio área inferior a 1 módulo fiscal, e latifúndio a área superior a 15 módulos fiscais. No Rio Grande do Sul, 1 módulo fiscal costuma significar de 18 a 20 hectares. Ver mais em: <<https://www.canalrural.com.br/sites-e-especiais/modulo-fiscal-varia-cada-municipio-brasileiro-13970/>>; <<https://www.embrapa.br/en/codigo-florestal/area-de-reserva-legal-arl/modulo-fiscal>>, e <<https://www.gov.br/incra/pt-br/assuntos/governanca-fundiaria/modulo-fiscal>> Acesso em 23 abr. 2024

As pomeranas não se identificam com personagens da mídia televisiva porque têm atrelado a si a questão de classe onde não se percebem como a imagem da trabalhadora rural sofrida, e, ao mesmo tempo, por mais que haja a tentativa - a partir de roupas, idas a eventos, maquiagens - não conseguem se sentir semelhante às imagens das mulheres urbanas, que admiram. A identificação, neste caso, se dá a partir dos vídeos da internet, onde tratam do cotidiano do campo valorizando o agropecuarista.

Entre as quilombolas, há maior identificação com os conteúdos midiáticos, mas não pela ruralidade e sim, pela condição étnico/racial, que também implica em condições de classe. As interlocutoras buscam por enredos que expliquem como se deu o período escravocrata, para compreenderem seu passado, ou tramas inspiracionais sobre histórias negras, onde os personagens estejam atrelados a histórias de superação. Elas não se identificam como mulheres rurais no que diz respeito às representações na mídia em parte por que não existem mulheres negras trabalhadoras rurais na televisão: em geral, as representações são empregadas domésticas ou mulheres negras com acesso aos estudos que tiveram mobilidade social ascendente.

Todas as participantes da pesquisa compartilham da ideia de que é só a partir do esforço (RONSINI, 2012) que conseguirão atingir os seus objetivos, seja em opiniões expressas durante as entrevistas, seja em publicações compartilhadas em suas redes sociais. Enquanto as pomeranas atrelam o seu sucesso - traduzido na manutenção da vida que têm ou na aquisição de mais bens materiais, sejam eles terras ou casas - ao trabalho braçal, as quilombolas vinculam o seu sucesso - traduzido na ruptura com as condições de submissão a que vivem e a busca por autonomia financeira e social - ao estudo.

A partir da avaliação dos perfis delas nas redes sociais, constatamos que as pomeranas se autorrepresentam como trabalhadoras rurais, compartilhando o cotidiano de trabalho no campo, conteúdos sobre lavouras, e acompanhando páginas que tratam sobre o tema. Nas redes sociais, também evidenciam o seu pertencimento à comunidade pomerana, divulgando fotos dos eventos que comparecem e acompanhando páginas de valorização à cultura pomerana/germânica.

Já as quilombolas não se autorrepresentam como mulheres rurais nos espaços online, apenas enquanto mulheres negras. Caso alguém acesse os seus perfis rapidamente, chega a ser impossível saber que elas moram no campo, mas fica evidente

o papel que têm de militância no movimento negro, a partir de fotos de eventos que participam em diversas regiões do estado e do país. Também utilizam o espaço para acompanhar páginas de valorização à cultura negra.

Apesar de todas as interlocutoras estarem expostas a opressões de gênero, tendo ou não consciência dessas, chama atenção que não é isso que fomenta a identificação primária delas com os conteúdos televisivos. Já nas redes, a relação com o gênero se dá na conformação: em geral, compartilhamento de mensagens do quanto a mulher é batalhadora, uma mãe dedicada e uma esposa comprometida (e sobrecarregada) com as questões domésticas. Também buscam nas redes um espaço de autoajuda, com predileção por mensagens inspiracionais.

Todas as participantes da pesquisa possuem rede wi-fi, evidenciando a consolidação da internet no campo, além de televisão e rádio em suas residências; sete têm smartphones e a única que possui celular sem acesso à internet por vezes utiliza o smartphone do filho ou o computador para se inteirar dos assuntos discutidos online. Quatro delas têm computador, e apenas uma (a que trabalha no comércio colonial) dispõe de telefone fixo.

O celular aparece como o meio de comunicação considerado essencial e mais acessado; seguido do rádio, mencionado por três, e do computador, mencionado por uma. A televisão é vista por elas como uma ferramenta também necessária, que está sempre “ali”, mas em segundo plano, e recebe duas menções como o segundo meio de comunicação mais importante.

A mídia adquire significados distintos para cada comunidade: enquanto para as pomeranas a mídia surge principalmente como um campo de distração; as quilombolas utilizam os produtos midiáticos para valorização da cultura negra e como incentivo na busca por ascensão social.

No que diz respeito aos outros objetivos específicos da pesquisa, notamos que que, no geral, a sociabilidade das pomeranas é restrita ao ambiente privado, onde há uma valorização do individualismo e um desapego da coletividade.

Já as quilombolas têm um trânsito mais intenso em âmbito público. Percebemos entre elas um apego à coletividade, onde a sociabilidade é fortemente atravessada pelo movimento negro, que se configura como um dos principais locais de aprendizado e fortalecimento coletivo.

Assim, notamos a importância das redes, que se estruturam como fontes de apoio à existência dessas mulheres. Quando aparecem, as tentativas rupturas com estruturas preestabelecidas surgem ou do movimento negro/quilombola, ou do movimento agroecológico, que proporcionam maior criticidade às envolvidas e, de alguma forma, reverberam nas posições que as mulheres passam a reivindicar e ocupar na sociedade.

A pesquisa também evidenciou que no campo, classe, gênero e aspectos étnico-raciais estão profundamente imbricados nas condições de vida e expectativas de futuro, e é o que define quem pode continuar ou não na zona rural: as quilombolas afirmam gostar de onde moram, mas as condições materiais impossibilita que continuem e dessa forma buscam alternativas zona urbana. Já as pomeranas, apesar do trabalho pesado, encontram maiores condições materiais de seguirem no campo, e não pretendem sair.

REFERÊNCIAS

BORGES, G. **Consumo e identidades de trabalhadoras rurais pomeranas e quilombolas do sul do Brasil**. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2023.

LAHIRE, B. **Retratos sociológicos: disposições e variações individuais**. Artmed Editora, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997

_____. Introducciones a De los medios a las mediaciones. In: RINCÓN, O. (org.). **Pensar desde el Sur. Reflexiones acerca de los 30 años de De los medios a las mediaciones de Jesús Martín-Barbero**. Bogotá: Fes Comunicación, 2018. p.16-54

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