

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JOANA GALL PEREIRA

MULHER RURAL: CONSUMO E COMUNICAÇÃO NAS ROÇAS DE
CAMBORIÚ/SC

CURITIBA

2019

JOANA GALL PEREIRA

MULHER RURAL: CONSUMO E COMUNICAÇÃO NAS ROÇAS DE
CAMBORIÚ/SC

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora Profa. Dra. Valquiria Michela John

CURITIBA
2019

Catálogo na publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral
(Elaborado por: Sheila Barreto (CRB 9-1242))

Pereira, Joana Gall
Mulher rural: consumo e comunicação nas roças de Camboriú. /
Joana Gall Pereira. – Curitiba, 2019.
133 f. : il. color.

Orientadora: Profa. Dra. Valquiria Michela John.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes,
Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

1. Mulheres rurais. 2. Mídia - Consumo. 3. Gênero. I. Título.

CDD 302.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO -
40001016071P8

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **JOANA GALL PEREIRA** intitulada: **MULHER RURAL: CONSUMO E COMUNICAÇÃO NAS ROÇAS DE CAMBORIÚ/SC**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação no rito de defesa. A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 29 de Abril de 2019.

VALQUIRIA MICHELA JOHN

Presidente da Banca Examinadora (UFPR)

LAURA SELIGMAN

Avaliador Externo (Univali)

FÁBIO HANSEN

Avaliador Interno (UFPR)

GRAZIELA SOARES BIANCHI

Avaliador Externo (UTP)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha avó Engracia, inspiração para este trabalho. Uma das mulheres mais sábias e fortes que eu conheço. Se hoje o meio rural faz parte da minha vida e foi objeto dos meus estudos, ela é a razão disso. Assim como ela, agradeço à todas as mulheres rurais que participaram do meu estudo. Sem elas nada disso seria possível. Estas mulheres me abriram a porta de suas casas e, muitas vezes, me entregaram biscoitos, pães e vegetais - o fruto de seus trabalhos - como presente. Me contaram suas histórias, me mostravam seu sítio, não me deixavam ir embora. E sempre me convidavam para voltar. Não existem palavras para agradecer um gesto assim.

Minha orientadora, Valquiria Michela John, que há anos se tornou um exemplo para mim. Durante esta caminhada, foi mais do que uma professora. Guiou meus passos, esclareceu minhas dúvidas, compartilhamos histórias. Foi uma amiga nos momentos de dificuldade e também de alegrias. E generosa ao repartir as experiências de vida e academia comigo.

Aos professores que fazem parte da banca, Graziela Soares Bianchi, Fábio Hansen e Laura Seligman, por aceitarem o convite de avaliar o meu trabalho final. Meu agradecimento por dedicarem seu tempo a esta pesquisa e dividirem o seu conhecimento, me oferecendo a oportunidade de aprender. Em especial à professora Laura, que foi minha orientadora no curso de graduação e tenho profunda admiração. Sempre muito prestativa, ofereceu ajuda em todos os momentos e faz parte desta trajetória.

Meu agradecimento à Universidade Federal do Paraná, especialmente aos professores e equipe do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. É um orgulho e uma honra fazer parte desta história. À Capes, pela oportunidade de ser bolsista e pelo auxílio financeiro. Aos meus colegas de turma, que dividiram os desafios da pesquisa e os momentos alegres. Obrigada em especial à co-orientanda Larissa Drabeski, pelas horas de conversa, opiniões e apoio. Esteve sempre presente, mesmo que em outro estado.

À minha família, meus pais e minha irmã. Muitas vezes estive ausente e vocês souberam entender e me apoiar. Mais do que isso, passaram junto comigo pelos desafios e conquistas durante o período de mestrado. Se não fosse pelo apoio de meus pais, tenho certeza que não teria conseguido chegar até aqui. Ao meu companheiro, que me incentiva e nunca duvida do que eu sou capaz. Soube ser paciente quando minha própria paciência acabou, e soube me tirar de casa quando foi necessário.

Minha gratidão a todos que participaram dessa caminhada. Foi um ciclo incrível, cheio de experiências e desafios. E eu só consegui concluir porque tive pessoas do meu lado, de braço dado comigo.

RESUMO

Entre os anos de 2006 e 2017, no qual foram realizados os últimos censos agropecuários, o número de domicílios rurais sob responsabilidade feminina passou de 12,4% para 25,1%. Em Santa Catarina, mais de 18 mil propriedades são geridas por mulheres. Levando em consideração, portanto, a forte e crescente presença da mulher rural e o ainda baixo número de estudos realizados sob a ótica dessas profissionais, realizei esta pesquisa com o objetivo principal de analisar o consumo de mídia das mulheres rurais e de que forma essas narrativas participam de seu cotidiano e em sua construção de mundo. Pretendemos responder ao questionamento: De que maneira o consumo midiático participa da construção do cotidiano das mulheres rurais de Camboriú? Esta pesquisa segue um viés qualitativo baseado nos estudos culturais latino-americanos e apresenta uma análise do consumo midiático (CANCLINI 2010; TOALDO E JACKS, 2013) das mulheres rurais de Camboriú (SC). Seguimos um aporte multimetodológico (BONIN, 2012), com uso de técnicas e instrumentos diversificados, como o uso de questionários, pesquisa exploratória, observação e entrevistas em profundidade. A primeira etapa do estudo foi a aplicação de um questionário com 40 mulheres rurais. Como resultado, foi possível traçar um perfil socioeconômico das participantes e constatar que as agricultoras de Camboriú dividem-se, principalmente, entre dois grupos: um deles é mais interessado por informações, notícias e tecnologias de informação e comunicação, especialmente os dispositivos móveis, o outro se restringe mais à família e afirma não buscar informações fora de seu círculo social, da comunicação interpessoal. Já na segunda etapa da pesquisa, foram realizadas as entrevistas em profundidade com sete participantes, além da observação de sua rotina e trabalho. Uma das principais constatações levantadas foi o fato de que as mulheres têm como base de sua comunicação as mediações que acontecem dentro da religião e da família, principalmente. Além disso, a internet e o aplicativo WhatsApp se destacaram como importantes meios midiáticos entre as pesquisadas.

Palavras-chave: Mulheres rurais. Consumo Midiático. Gênero.

ABSTRACT

Between 2006 and 2017, the period in which the last agricultural censuses were carried out, the number of rural households under female responsibility increased from 12.4% to 25.1%. In Santa Catarina, more than 18,000 properties are managed by women. Taking into account, therefore, the strong and growing presence of rural women and the still low number of studies carried out from the perspective of these professionals, I carried out this research with the main objective of analyzing the media consumption of rural women and how these narratives participate in their daily lives and in their construction of the world. We want to answer the question: How rural women perceive their reality from the media consumption? This research follows a qualitative bias based on the Latin American cultural studies and presents an analysis of the media consumption (CANCLINI 2010; TOALDO & JACKS, 2013) of the rural women of Camboriú (SC). I followed a multi-methodological approach (BONIN, 2012), using diverse techniques and instruments, such as the use of questionnaires, exploratory research, observation and in-depth interviews. The first stage of the study was the application of a questionnaire with 40 rural women. As a result, it was possible to draw a socioeconomic profile of the participants and to note that Camboriú women farmers are divided mainly between two groups: one is more interested in information, news and information and communication technologies, especially mobile devices. The other is more restricted to the family and claims not to seek information outside of their social circle, of interpersonal communication. In the second stage of the research, in-depth interviews were conducted with seven participants, in addition to observing their routine and work. One of the main findings was the fact that women are based on their communication mediations that occur within religion and family, especially. In addition, the internet and the WhatsApp application stood out as important media among the researched ones.

Keywords: Rural women. Media Consumption. Genre.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: RELAÇÃO DE TEMPO DAS MULHERES COM O CAMPO	46
GRÁFICO 2: QUANDO QUESTIONADAS SE GOSTAM DE TRABALHAR NO CAMPO	48
GRÁFICO 3: FAIXA ETÁRIA DAS MULHERES RURAIS	49
GRÁFICO 4: DIVISÃO DE MULHERES POR INTERESSE EM NOTÍCIAS.....	50
GRÁFICO 5: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DAS ENTREVISTADAS	52
GRÁFICO 6: ELETROELETRÔNICOS MENCIONADOS PELAS MULHERES RURAIS	53
GRÁFICO 7: PREFERÊNCIAS DAS MULHERES PELOS PROGRAMAS TELEVISIVOS.....	54
GRÁFICO 8: PREFERÊNCIA DAS AGRICULTORAS POR PROGRAMAS DE RÁDIO	56
GRÁFICO 9: USO DA INTERNET PELAS MULHERES RURAIS.....	58
GRÁFICO 10: LINHA DO TEMPO DA PRODUÇÃO DE TRABALHOS	119

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - MAPA DE CAMBORIÚ38

Figura 2 - MAPA DE ENTREVISTAS COM AS AGRICULTORAS DE CAMBORIÚ41

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - FEIRA DO PRODUTOR RURAL.....	60
Fotografia 2 – JURACI PASSOS COPPI SCHAEFFER	62
Fotografia 3 - MARLI MEDEIROS GERALDO.....	63
Fotografia 4 - A PRODUTORA MARLI E SUAS CONSERVAS	64
Fotografia 5 - MARIA ALICE DE SOUZA	66
Fotografia 6- MARIA ALICE DE SOUZA	67
Fotografia 7 - MARIA ALICE TEIXEIRA.....	68
Fotografia 8 - MARIA ALICE TEIXEIRA.....	69
Fotografia 9 - MARIA SERPA RAMPELOTTI.....	70
Fotografia 10 - BÁRBARA RAMPELOTTI.....	72
Fotografia 11 - MARIA INÊS GONÇALVES.....	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: DISSERTAÇÕES SEPARADAS CONFORME ÁREAS DE CONHECIMENTO	115
Tabela 2: TESES SEPARADAS CONFORME ÁREAS DE CONHECIMENTO	116

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 MULHER RURAL: O CAMPO E O TRABALHO.....	16
1.1 AS BARREIRAS QUE CERCAM E IMPEDEM AS MULHERES.....	20
2 ESTUDOS DE RECEPÇÃO E CONSUMO MUDIÁTICO	27
2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
2.2 O CONTATO COM O CAMPO.....	37
3 A VENDA NA FEIRA E A COLHEITA NA ROÇA	42
3.1 CONHECENDO AS MULHERES RURAIS.....	46
4 DIA A DIA E O CONSUMO DAS MULHERES RURAIS.....	59
4.1 ENTREVISTAS NA FEIRINHA DE PRODUTOS RURAIS.....	59
4.1.1 Juraci Passos Coppi Schaeffer.....	60
4.1.2 Marli Medeiros Geraldo	63
4.2 ENTREVISTAS NO CAMPO.....	65
4.2.1 Maria Alice de Souza	65
4.2.2 Maria Alice Teixeira	67
4.2.3 Maria Serpa Rampelotti	69
4.2.4 Bárbara Rampelotti	71
4.2.5 Maria Inês Gonçalves.....	73
4.3 RELIGIÃO, MÍDIA E DISCURSOS: O QUE AS MULHERES RURAIS CONSUMEM?.....	74
4.3.1 Igreja como mediadora no campo	77
4.3.2 Ser mulher no campo.....	82
4.3.2.1 <i>Filhos do campo</i>	88
4.3.3 Profissão Agricultora	90
4.4 CONSUMO MUDIÁTICO: O MEIO DIGITAL SE TORNA PARTE DO CAMPO.....	96
4.4.1 A internet avança nas roças.....	102
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
REFERÊNCIAS	111
APÊNDICE 1 - REVISÃO SOBRE OS ESTUDOS DA MULHER	115

APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO MULHERES AGRICULTORAS.....	125
ANEXOS: TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ.....	129

INTRODUÇÃO

Engracia Pereira nasceu no interior de Tijucas, Santa Catarina, na localidade da Itinga. Casou-se, teve 13 filhos e viveu toda a sua vida no campo, entre as plantações de arroz e fumo. O rádio ligado na cozinha transmitia as notícias da cidade - a televisão só chegou muitos anos depois. Esta é a história da minha avó, agricultora, mulher e mãe. Também é a história de milhares de outras mulheres que compartilham as mesmas experiências, o cotidiano do campo e o trabalho agrícola.

A mulher, e me refiro aqui principalmente à mulher do campo, muitas vezes é a base de sua família, responsável pela educação dos filhos, serviço doméstico e trabalho na lavoura. Ainda longe de ser um cenário ideal de igualdade entre os gêneros, a realidade feminina e a luta pelos mesmos direitos vem se intensificando também no campo – ainda que por caminhos mais sinuosos. Ao que tudo indica, a mudança já existe no interior, mas de forma mais lenta e a passos curtos. Talvez por se mostrar uma sociedade ainda mais patriarcal do que na cidade, as mulheres camponesas encontram outros tipos de conflito e barreiras culturais quando o assunto é a busca pela igualdade de direitos.

Ainda assim, algumas regiões do Brasil se destacam em termos de mudanças. Se há alguns anos a administração dos bens e a representação da família perante a comunidade cabiam somente aos homens, hoje as mulheres agricultoras se organizam em busca de suas necessidades, direitos e desejos. Não é somente no meio urbano que as mulheres têm se mostrado mais interessadas e ativas. No campo, o trabalho realizado e também administrado por lideranças femininas cresce nas plantações, sindicatos, ou na produção de produtos agrícolas derivados – elas querem seu espaço. A comunicação surge então como uma ferramenta de crescimento pessoal e profissional na zona rural.

Mais do que notícias sobre a região, educação e saúde, os agricultores e as agricultoras ampliam seu interesse por informações sobre assuntos que reflitam em sua produção, como economia, condições climáticas e outros conteúdos midiáticos nesse segmento. A comunicação, especialmente a midiática, passa a ser uma aliada na hora de plantar, colher e vender.

São as informações também que constroem o entorno do que é vivido por essas agricultoras. Tudo o que os olhos não vêem, elas constroem através das notícias e outros materiais da mídia a que têm acesso. A televisão, os programas de rádio, os jornais impressos e, atualmente também a internet, ajudam a estabelecer o que essas mulheres entendem por sua realidade e contribuem para a formação de sua visão de mundo, somados às informações que consomem, diversas outras peculiaridades fazem parte do cotidiano da mulher rural. A relação com o trabalho na terra e o

relacionamento interpessoal diferente do que é vivido na cidade, também fazem parte da essência dessas trabalhadoras.

O campo é, ao mesmo tempo, espaço de consumo e fonte de informação. O meio rural pede por notícias e oferece um amplo leque de trabalho dentro da comunicação. Se há alguns anos o conhecimento empírico e a experiência familiar imperavam na produção agrícola, hoje a informação se relaciona intimamente com o trabalho no campo. Essa mudança no cenário foi possível também com a inserção e o crescimento da presença feminina no campo.

Dados sobre a participação da mulher no mercado de trabalho agrícola no início da década de 1980 apontavam uma mudança expressiva: entre 1970 e 1982, houve um aumento de 132,7% da mão de obra feminina no campo (CARNEIRO, 1994). A mulher rural se torna mais ativa, contestadora e sua participação em movimentos sociais no campo toma uma característica singular na década de 1980, quando são realizados os primeiros encontros voltados para problemas que lhes são específicos (CARNEIRO, 1994). Elas não só buscam por mais informações, mas também lutam por direitos e uma representação igualitária perante a sociedade. Portanto, para a realização desta pesquisa, parto da premissa de que o consumo de mídia interfere (direta, ou indiretamente) na construção da realidade das mulheres agricultoras.

Conforme dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Censo Agropecuário de 2006¹, o público feminino ainda é minoria no meio agrícola, mesmo assim representa um número muito expressivo: 4,1 milhões de mulheres vivem da agricultura familiar no Brasil. Ainda de acordo com os dados, mais de 600 mil sítios, fazendas ou chácaras de produção familiar são dirigidos por mulheres. Após o lançamento do Censo Agropecuário de 2017², comprovou-se que os números só aumentam. Conforme o último levantamento, mais de 945 mil estabelecimentos são dirigidos pelo público feminino. Já em Santa Catarina, aproximadamente 10% dos estabelecimentos são comandados por mulheres – o que representa mais de 18 mil propriedades espalhadas pelo estado.

De acordo com o relatório de Estatísticas de Gênero divulgado em 2010³ pelo IBGE, a importância econômica da agricultora no meio rural cresce de forma exponencial. As mulheres do campo contribuem mais com a renda da casa: elas colaboram com 42,4% do orçamento do lar, enquanto as mulheres que vivem na cidade ajudam com 40,7%. Na região Nordeste, vale salientar um dado

¹Link da pesquisa IBGE: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/2006/>, último acesso em 01.04.2019, às 19h18min.

²Link da pesquisa IBGE 2017: https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/produtores.html, último acesso em 01.04.2019, às 19h18min.

³Link da pesquisa Estatística de Gênero 2010: <https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0>, último acesso em 01.04.2019, às 19h20min.

ainda mais curioso: a contribuição do rendimento das mulheres foi ligeiramente superior (51,0%) à contribuição dos homens (49,0%). Embora ainda seja menor do que os homens, a responsabilidade das mulheres frente ao lar também aumentou no meio rural. Entre os anos de 2006 e 2017, datas nas quais foram realizados os últimos censos agropecuários, o número de domicílios rurais sob responsabilidade feminina passou de 12,4% para 25,1%.

O meio rural e sua representatividade são fundamentais para o país, tanto é que desde 2017, vem sendo realizado um novo censo agropecuário. O projeto levanta informações sobre produção agropecuária, uso da terra e da água, segurança alimentar, sustentabilidade, produção em terras indígenas, uso de agrotóxicos, agricultura familiar, além de questões de gênero. Outra finalidade do censo é de monitorar os objetivos assumidos pelo Brasil com o desenvolvimento sustentável. Apesar do considerável atraso na produção e desenvolvimento do estudo, alguns dados iniciais vem sendo divulgados desde 2018 pelo IBGE.

Sendo assim, levando em consideração a relevância da mulher no meio agrícola, sua luta por reconhecimento como trabalhadora rural e sua representatividade na comunidade onde vive, considerando ainda a forma de organização dessas mulheres, buscando compreender de que maneira procuram informações para seu trabalho e sua vida pessoal, quais suas preferências e gostos em relação às notícias e outras narrativas midiáticas, foi selecionado para esta pesquisa um grupo de mulheres agricultoras de Camboriú, Santa Catarina. Para isso, contamos com o auxílio do Sindicato Rural de Camboriú. Nem todas elas são trabalhadoras regularizadas pela instituição, ainda assim, por ser uma cidade relativamente pequena, foi possível identificá-las com o auxílio do presidente da instituição Silvio Matias, vizinhos e familiares. Analisando sua relação com o acesso e a importância de obter informação e de que forma o consumo de mídia interfere em sua vida como mães, mulheres e agricultoras; pensando ainda em seu cotidiano no trabalho do campo e de que formas têm acesso à informação, seja por meio dos veículos tradicionais de mídia como a televisão, rádio, jornais impressos ou internet; ou ainda através de amigos, familiares e instituições de Camboriú e, por fim; de que maneira essas informações/conteúdos interagem com seu trabalho no campo, o problema da pesquisa realizada é: De que maneira o consumo midiático participa da construção do cotidiano das mulheres rurais de Camboriú?

O principal objetivo da pesquisa é, portanto, analisar o consumo de mídia das mulheres rurais e de que maneiras este consumo pode interagir com seu cotidiano e em sua construção de mundo. Além disso, também pretendemos observar as mulheres agricultoras em seu cotidiano e identificar em quais momentos do dia elas buscam por informações; descobrir quais os veículos ou meios de comunicação mais procurados por estas mulheres e, conseqüentemente, mais consumidos,

relacionando o consumo midiático com suas práticas do dia a dia; e por fim, verificar de que outras formas ou meios a mulher rural busca e recebe informação em seu dia a dia.

Vale ressaltar que utilizamos como referência às participantes desta pesquisa o termo “mulher rural”, com base nos trabalhos realizados pela autora Maria Ignez Paulilo (2017). Considerando a aproximação geográfica nos estudos (visto que a autora também realizou pesquisas no estado de Santa Catarina), e ainda uma identificação com o termo, consideramos este conceito mais apropriado de tratamento para as mulheres que vivem e trabalham no campo. Entretanto, reforçamos que outros autores utilizam nomenclaturas semelhantes para se referirem ao público da pesquisa. É o caso de Silva (2004), que trata em seu estudo a “mulher colona”, Carneiro (1994) que utiliza o termo “mulher do campo” e Casagrande (1991) que menciona as “mulheres agricultoras”. Ocasionalmente, portanto, o texto pode trazer essas expressões, apresentadas a partir das referências citadas. Outro termo que merece esclarecimento é a palavra “roça”, utilizada tanto no título do trabalho quando em outros momentos do texto. Destacamos o uso desta palavra pois ela é utilizada pelas próprias mulheres rurais, principalmente as mais velhas, para descrever o ambiente de trabalho e o local onde acontece a colheita e plantação.

Como abertura do estudo, iniciamos com o capítulo sobre a mulher rural: um contexto histórico sobre sua trajetória no trabalho, sua própria visão como trabalhadora e as lutas no campo por mais reconhecimento como profissional. Além disso, também fazemos uma revisão sobre as questões de gênero e o patriarcado, e de que forma esses aspectos interferem em suas vidas na agricultura e também no lar. Já no segundo capítulo, exploramos a abordagem teórico-metodológica tratada na pesquisa, que segue por um viés de investigação qualitativa baseada nos estudos de recepção latino-americanos. Como mencionado, esta pesquisa tem como perspectiva teórico conceitual a proposição sobre consumo cultural – e dentro dele, o consumo midiático – apresentado por Canclini (2010), Toaldo e Jacks (2013) e demais autores. Neste capítulo abordo, então, a contextualização dos estudos latino-americanos, relação entre pesquisas sobre consumo e recepção, e o consumo através de uma perspectiva sociocultural.

No terceiro capítulo, trato dos procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa e os primeiros contatos com as trabalhadoras. O estudo foi feito através de procedimentos multimetodológicos, utilizando técnicas e instrumentos inspirados na etnografia, como o uso de entrevistas, diário de campo e observação. O processo também contou com o apoio de questionários durante a pesquisa exploratória – considerada uma das etapas do multiprocesso. Também dentro este capítulo inicio a primeira análise dos questionários, entendendo um pouco mais a realidade da mulher rural de Camboriú. É aqui que traçamos um perfil inicial da agricultora, conhecendo sua realidade social, suas oportunidades de estudo e trabalho, e sua vida dentro da comunidade.

Já no quarto capítulo, apresento as sete participantes que fizeram parte das entrevistas em profundidade, com fotos ilustrando um pouco da rotina de cada uma delas, e uma descrição de como foi a visita em sua casa ou local de trabalho. Também foi nesta altura da pesquisa que alguns pontos se destacaram, como a forte influência da religião e da família na rotina destas mulheres. Sendo assim, neste capítulo apresento uma análise mais aprofundada sobre os meios midiáticos e as mediações que interferem e influenciam na comunicação e consumo das mulheres.

Por fim, concluo o texto com as considerações finais e levanto algumas percepções diante do estudo, como a relevância que a família e a religião possuem no dia a dia das mulheres e a sua forte tendência para a comunicação através dos meios digitais, seja para entretenimento ou trabalho.

1 MULHER RURAL: O CAMPO E O TRABALHO

A região Sul do Brasil, em especial Santa Catarina, tem uma forte relação econômica com a agricultura familiar. Renk (2017) relembra a chegada dos primeiros imigrantes ao país e da aprovação da Lei nº601 de 1850: a união destes dois fatores deu início à história das famílias agricultoras. Conforme a autora, a lei proibia a ocupação de terras por posse, sendo assim, a compra se tornou o único meio de acesso à uma propriedade. "A legislação previa as formas de regularização das terras e mantinha abertas as portas para a colonização com “colonos importados” e com propagandistas na Europa para o recrutamento" (RENK, 2017, p.310). Os imigrantes europeus brancos, portanto, passaram a ser os preferidos no processo de imigração para colonização em pequenas propriedades.

A agricultura familiar começou a tomar forma com a chegada dos colonos e com o passar dos anos foi se consolidando de diferentes maneiras, conforme as regiões do Brasil. De acordo com o Censo Agropecuário de 2016 divulgado pelo IBGE, a geografia da agricultura familiar no país passa por uma diversidade de contextos regionais: abrange tanto os pequenos agricultores do sul do Brasil, herdeiros da “policultura colonial” dos imigrantes europeus do século XIX, quanto os ribeirinhos do ambiente fluvial da Amazônia até aqueles situados no agreste nordestino, historicamente localizados na proximidade da monocultura da cana-de-açúcar (2006, p.02). Mas se a agricultura familiar existe em todo o território nacional, e assume algumas características particulares de acordo com as regiões, como definir o que estamos falando?

O termo agricultura familiar foi definido através da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006 e estabelece alguns critérios para definir quem são estas famílias de agricultores. Conforme o IBGE, na década de 1990 aumentou-se a pressão social por políticas voltadas para as necessidades específicas da agricultura familiar. Desde então, algumas ações vêm sendo tomadas como forma de fortalecer e assegurar os direitos desses trabalhadores. Em 1996, por exemplo, foi criado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Pronaf, coordenado pela Secretaria da Agricultura Familiar - tido como a primeira política específica para o agricultor familiar.

Com o surgimento da Lei, a definição de agricultura familiar tornou-se mais palpável. Conforme o texto, agricultores e empreendedores rurais familiares são aqueles que possuam atividades no meio rural e que atendam a alguns requisitos:

- Não detenha, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais⁴;

⁴ Módulo fiscal é uma unidade de medida, em hectares, cujo valor é fixado pelo INCRA para cada município, variando conforme o local onde fica a propriedade. O valor do módulo fiscal no Brasil varia de 5 a 110 hectares. Fonte: <https://www.embrapa.br/codigo-florestal/area-de-reserva-legal-arl/modulo-fiscal>, acessado em 02.04.2019, às 10h00min.

- Utilize predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- Tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
- Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Ferrari (2003) complementa que a agricultura familiar é aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho vêm de indivíduos que mantêm laços de parentesco. Conforme o autor, "particularmente em Santa Catarina, a chamada agricultura familiar é o maior segmento em número de estabelecimentos agrícolas e de pessoas ocupadas no meio rural e tem significativa importância econômica em diversas cadeias produtivas" (FERRARI, 2003, p.1). A organização desses agricultores familiares constitui-se em uma importante estratégia, portanto, para gerar postos de trabalho no meio rural e minimizar o êxodo rural e regional.

Se a agricultura familiar é tão fundamental para o meio agrícola e a economia do país, podemos constatar que a presença das mulheres dentro destas propriedades é essencial nesta engrenagem. Com a relação da mulher e o campo, então, nasce o trabalho da agricultora. Ainda assim, boa parte da população (e até mesmo das próprias mulheres rurais), parece não perceber esta atividade como profissão que garante direitos trabalhistas e reconhecimento. Entre algumas mulheres (e famílias rurais) existe o estigma de que a mulher do campo é apenas uma ajudante de seu marido, sendo que sua atividade principal ainda seria “dona de casa”. Conforme Paulilo (2016), nas sociedades em geral o fator sexo opera como um discriminador na divisão social do trabalho, já que ao homem estão destinados os trabalhos ligados à produção e à mulher, o trabalho doméstico. “Nota-se, porém, que o trabalho doméstico continua sendo visto como a principal função da mulher quando ela passa mais tempo laborando fora do que em casa” (PAULILO, 2016, p.27).

Então, quando percebemos uma mudança desse pensamento também no campo, Paulilo reforça que o trabalho, seja ele remunerado ou não, sempre se mostrou relevante para o feminismo. Considerar como trabalho as inúmeras atividades desenvolvidas pela mulher no lar e nas pequenas propriedades agrícolas foi uma forma de torná-las visíveis e mais valorizadas.

Quanto ao trabalho remunerado, ele foi considerado fundamental, pois, em uma sociedade onde quase tudo se compra, o acesso da mulher a alguma forma de renda própria deveria torná-la mais independente do marido e mais participante nas decisões que envolvem tanto o grupo doméstico como a sociedade mais ampla. É ela que está no cerne de uma das principais conquistas dos movimentos de mulheres agricultoras que, junto com outros movimentos sociais ligados ao campo, lutaram para que as esposas envolvidas na produção agrícola familiar fossem consideradas produtoras rurais, e não do lar. (PAULILO, 2016, p. 249)

Assim como a luta feminista pela busca de seus direitos e visibilidade como mulher em um contexto geral - desde a década de 1980, muitos movimentos surgiram na cidade e também no campo. De acordo com Carneiro (1994), as reivindicações voltadas para a realidade da mulher como membro de uma unidade de produção familiar ou como trabalhadora assalariada foram, principalmente, as demandas por terra para plantar ou por melhores salários, por uma política agrícola mais adequada e por preços justos. Estava se tornando pública, portanto, a situação da trabalhadora-mulher que engloba outras identidades, sendo também mãe e esposa. Conforme a autora, foi o fruto desses dois fatores – o de pertencer ao gênero feminino e o de ocupar uma posição determinada na estrutura socioeconômica – que resultam as identidades múltiplas da mulher rural (1994).

Casagrande (1991) reforça o contexto da mulher rural, afirmando que é a divisão do trabalho através do sexo que garante à mulher o título de rainha do lar. Essa divisão amarra a mulher à vida doméstica de tal forma que, qualquer atividade no setor público que exija deslocamento, é dificultada.

Para as mulheres agricultoras os problemas, evidentemente são ainda maiores devido à distância que as separa dos centros urbanos. É comum e normal se considerar o trabalho da mulher na unidade de produção familiar como sendo apenas complementar ao trabalho masculino. Mesmo que em muitas atividades a mulher, na realidade, assuma um papel fundamental para o funcionamento e desenvolvimento do todo. (CASAGRANDE, 1991, p.25)

Ainda de acordo com o autor, as mulheres enquanto trabalhadoras na agricultura sempre estiveram invisíveis, imperceptíveis e nunca foram reconhecidas como tal pelo conjunto da sociedade. Giuliani (2004) esclarece que antes mesmo dos movimentos sociais, as mulheres rurais iniciam o debate sobre as condições de vida em pequenos grupos, a maioria ligados às pastorais e às igrejas. A autora ressalta que em todos esses casos são as mulheres que tomam a iniciativa de promover as reuniões, organizá-las e dirigí-las. “Durante estes encontros é discutida a atuação e o papel da mulher no fortalecimento dos laços afetivos: seu papel de mãe, de esposa, de organizadora do lar. Sua identidade, portanto, é formada no interior do núcleo doméstico e completada na comunidade católica” (GIULIANI, 2004, p.541).

Na região Sul do país, a realidade da mulher agricultora também começa a mudar. É quando nascem os movimentos sociais, um deles é o Movimento de Mulheres Agricultoras em Santa Catarina. Para Casagrande (1991), essas mudanças contribuem para que a mulher agricultora também se organize e saia de casa para reivindicar os seus direitos sociais. E então “percebe que aquele que é o seu mundo [...], a dupla jornada de trabalho e as desigualdades não são imutáveis. Descobre que, trabalhar na terra e trabalhar em casa enquanto o marido descansa não é uma coisa

natural e que pode ser de outro jeito” (CASAGRANDE, 1991, p.33). Paulilo (2016) reforça que a preocupação em salientar a participação das mulheres nas lidas do campo tem se acentuado nas últimas décadas e derivou, principalmente, da importância que os movimentos feministas tiveram em todo o mundo. Para ela, a maior visibilidade da participação feminina na produção agrícola tem servido de base não só para reivindicações trabalhistas, por parte das mulheres, como vem alterando a visão sobre planejamento de importantes órgãos ligados ao desenvolvimento dos países de Terceiro Mundo.

A outra contribuição do feminismo é questionar a associação quase automática que se faz entre o que é moderno, incluindo a modernização agrícola, e a independência feminina. A utilização de novas máquinas e tecnologias não significa mudança nas relações de poder entre os cônjuges. O que está por trás dessa associação é a visão da mulher, em primeiro lugar, como dona de casa, só trabalhando na terra para ajudar o marido. Qualquer artefato que a libere da lavoura é considerado um ganho. Pensar que o papel de rainha do lar talvez não lhe agrade tanto assim, principalmente quando, com isso, ela perde acesso a algum tipo de renda própria ou possibilidade de contato com o mundo à sua volta, em geral sequer é sugerido. (PAULILO, 2016, p.170)

Giuliani esclarece que na época em que foi realizado no Censo Demográfico de 1991, foi feita a campanha: “Trabalhadora Rural, Declare Sua Profissão”. A frase incentivava as mulheres de produtores rurais familiares a não se declararem aos entrevistadores do IBGE como dona de casa, mas sim como trabalhadora rural. Essa iniciativa foi tomada devido às constatações das estatísticas nacionais da época, que sempre subestimavam a participação ativa das mulheres. O objetivo da campanha foi de adequar os dados conforme a identidade emergente das mulheres trabalhadoras rurais. “De fato, elas não se reconhecem mais no estatuto de dona de casa que ajuda temporariamente os homens na agricultura; elas se consideram agricultoras, profissionalmente ativas, corresponsáveis nas decisões e na gestão das atividades produtivas” (GIULIANI, 2004, p.552).

Ainda sobre a questão da igualdade de direitos entre homens e mulheres, Paulilo (2016) relembra uma de suas pesquisas realizadas nos três estados do Sul do Brasil. De acordo com ela, é um fato conhecido que o acesso das mulheres à terra é menor que o dos homens no mundo todo. A América Latina, e, dentro dela, o Brasil, não são exceções. A conquista do direito desse bem em vários países não significou uma possibilidade concreta de filhas de agricultores partilharem a herança em pé de igualdade com seus irmãos homens. “Nas regiões de colonização alemã e italiana dos três estados do Sul do país, há um mesmo padrão a respeito da herança da terra. Embora esse padrão comporte variações, podemos dizer com segurança que são principalmente os filhos homens que herdam a terra” (PAULILO, 2016, p. 191).

Para a pesquisadora, o acesso das mulheres a esse bem se faz pelo casamento. Aparecem exceções, quando não há descendência masculina, quando há uma filha casada que cuida dos pais

na velhice, quando os pais possuem muita terra ou ao contrário, quando a exploração agrícola não tem importância como meio de produção para os herdeiros. Por fim, ela conclui que apesar de a construção da igualdade passar pela ideia de que todos devem fazer de tudo, as mulheres são muito mais cobradas se não conseguem se impor, se não se desafiam, enquanto o fato de os homens não dividirem o trabalho doméstico é um pecado menor, tão leve que risível.

1.1 AS BARREIRAS QUE CERCAM E IMPEDEM AS MULHERES

A luta por mais reconhecimento no trabalho está intimamente ligada à luta por seus direitos como mulher. Guerra (2014) defende que, apesar das significativas mudanças e das conquistas femininas, o mercado de trabalho está marcado por persistentes desigualdades de sexo, gênero e raça.

A discriminação contra a mulher está diretamente relacionada a conceitos relativos à vida familiar e social. A sociedade e a própria família, baseados em mitos e crenças milenares, inculcem uma inferioridade presumida para a mulher, o que acarreta um tratamento diferenciado e desfavorável. (GUERRA, 2014, p.65)

A autora afirma que este tratamento distinto é responsável também por importantes diferenças de remuneração no mercado de trabalho. Se levarmos em conta a hora trabalhada, as mulheres recebem, em média, 79% da remuneração média dos homens (21% a menos). A diferença entre mulheres e homens é inegável. Porém, o que se constrói em nome dessa diferença é que merece reflexão: visões dicotômicas tornam-se pronunciadas; relações seguem pautadas pela desigualdade e o poder vai sendo exercido com a preservação de assimetrias, como defende Melo (2014). Para a autora, o espaço público da produção coube aos homens e, o espaço privado, da reprodução, ficou reservado às mulheres.

O homem produz e participa das discussões e decisões políticas e econômicas; a mulher reproduz e cuida de sua prole e das tarefas que precisam ser realizadas na unidade familiar. “No espaço doméstico, as mulheres cumprem o cuidado maternal para com os filhos e o cuidado conjugal/sexual para com o marido; o cuidado ao outro parece tornar-se a principal função feminina” (MELO, 2014, p.134). Queiroz (2014) completa dizendo que, culturalmente, foi inculcida nas famílias a ideia de que a mulher é naturalmente responsável pelo trabalho doméstico, sem que, para isso, tenha qualquer reconhecimento ou gratificação.

Conforme Charles (2000), as teorizações sociológicas de gênero consideram sexo, sexualidade e corpo, e também gênero, como conceitos socialmente construídos. “Os papéis sociais seriam portanto, associados a determinadas posições na divisão social do trabalho e fornecem roteiros da feminilidade e da masculinidade que são aprendidos mediante o processo de

socialização. Tais roteiros são diferenciados para meninas e meninos de acordo com o gênero” (CHARLES, 2000, p.90). Da mesma forma, Turner (2000) esclarece que tem havido uma enorme variação no que se define por adequado aos homens e às mulheres, reforçando que as distinções entre os sexos são mais socioculturais do que biológicas. O autor ainda explica que a diferenciação de gênero – quando se define culturalmente o status e papéis adequados para cada sexo -persiste na sociedade porque os jovens são socializados por suas famílias, escolas, companheiros e mídia a aceitar esta constituição cultural.

Porque os homens são um tanto maiores e mais fortes do que as mulheres, pelo menos na média, eles têm usado essa capacidade como coerção para criar e sustentar um sistema de estratificação de gênero⁵. [...] A coerção básica envolvida, é claro, tornou-se mascarada por crenças culturais e normas que fazem parecer natural que os homens devam dominar o acesso a recursos de valor. (TURNER, 2000, p.129)

Para auxiliar na definição de gênero e trazer à tona suas discussões e problemáticas, Scott (1989) defende que o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e é uma forma primeira de significar as relações de poder. Conforme a autora, a ênfase colocada sobre o gênero não é explícita, mas constitui uma dimensão decisiva da organização, da igualdade e desigualdade. Para Scott, as estruturas hierárquicas baseiam-se em compreensões generalizadas da relação pretensamente natural entre o masculino e o feminino. A autora ainda faz vários questionamentos envolvendo a participação da mulher na sociedade e afirma que somente a resposta para essas inquietações fará emergir uma história que oferecerá novas perspectivas. “A reflexão sobre o cenário atual redefinirá as antigas questões em termos novos, tornará as mulheres visíveis como participantes ativas e estabelecerá uma distância analítica entre a linguagem aparentemente fixada do passado e nossa própria terminologia”. (SCOTT, 1989, p.29)

Grossi (1998) aponta que o conceito de gênero chegou através das pesquisadoras norte-americanas que passaram a usar a categoria "gender" para falar das origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres. A autora concorda que não existe uma determinação natural dos comportamentos de homens e de mulheres, apesar das inúmeras regras sociais calcadas numa suposta determinação biológica diferencial dos sexos. Para ela, essa explicação da ordem natural não passa de uma formulação ideológica que serve para justificar os comportamentos sociais de homens e mulheres em determinada sociedade. Grossi completa as definições de gênero alegando que esta é uma “categoria usada para pensar as relações sociais que envolvem homens e mulheres, relações historicamente determinadas e expressas pelos diferentes discursos sociais sobre a diferença sexual”. (GROSSI, 1998, p. 5)

⁵Conforme o autor, estratificação de gênero ocorre quando as posições ocupadas por homens e mulheres implicam diferentes quantidades de renda, poder, prestígio e outros recursos de valor.

Gênero serve, portanto, para determinar tudo que é social, cultural e historicamente determinado. Grossi vai além e explica, ainda, que a identidade de gênero se constrói em nossa socialização a partir do momento da rotulação do bebê como menina ou menino. Para a autora, o fenômeno ocorre no momento de nascer ou mesmo antes, com as novas tecnologias para detectar o sexo do bebê, quando se atribui um nome à criança e esta passa a ser tratada imediatamente como menino ou menina. A partir deste assinalamento de sexo, socialmente se esperarão da criança comportamentos condizentes a ele.

Em relação às diferenças entre homens e mulheres, Avelar (2010) ressalta que nem sempre os sexos foram vistos de forma tão controversa e desigual. Para ela o conto bíblico de Adão e Eva, um dos exemplos mais conhecidos de nossa cultura Ocidental, já traz uma associação do masculino e feminino. A história pode ser vista como uma representação social construída sobre a mulher, onde ela é vista como intempestiva, sentimental, movida pelas emoções. O homem como seu cuidador, provido de razão, racional. Persistem então conceitos enraizados em um sistema simbólico, que caracteriza o feminino como algo natural/irracional, instintivo/selvagem. Ainda conforme a autora, em épocas anteriores a atual civilização, tanto as divindades femininas como as masculinas foram reverenciadas. “Esta visão de mundo, sociedade dominadora, que sempre um grupo dominou o outro, parece ser específico da atual civilização” (AVELAR, 2010, p.87). Ela ainda completa afirmando que as recentes descobertas antropológicas⁶ evidenciam que as sociedades anteriores ao patriarcalismo revelam uma cultura em que as relações entre os gêneros eram mais equilibradas, no sentido de que as diferenças entre homens e mulheres não impunham relações autoritárias.

Para Turner (2000), desde que os homens abandonaram a caça e a colheita entre 12 mil e 18 mil anos atrás, a estratificação de gênero existe em todas as sociedades conhecidas. Já Adorno-Silva (2010), complementa que o período de paz foi encerrado principalmente após a descoberta da procriação. Os homens, quando passaram a domesticar os animais e a conviver com estes diariamente, perceberam que era necessário que o macho cobrisse a fêmea para que nascessem os filhotes. Depois dessa descoberta, o homem adquiriu um comportamento autoritário e arrogante, passando a ser opressor da mulher.

⁶ Descobertas arqueológicas e de outras ciências, principalmente no que toca as pesquisas dos sumerólogos – estudiosos que investigam documentos descobertos na Mesopotâmia, principalmente placas de argila cobertas de caracteres cuneiformes e escritos em língua Suméria.

Essa descoberta teve outras consequências: o surgimento de guerras, o aumento das riquezas, a mudança de filiação de feminina para masculina (inclui a herança), a necessidade de procriação em função da mão de obra – e transformou a mulher em objeto, pois era trocada entre tribos e até roubada (ADORNO-SILVA, 2010, p.59)

A partir da visão do patriarcado, as mulheres começam a ser vistas como inferiores e submissas ao controle dos homens, fenômeno este que influencia todas as instituições sociais. Avelar (2010) completa afirmando que o que devemos considerar é a permanência e as formas que estas concepções foram adquirindo no transcorrer do tempo. Além disso, deve-se avaliar os meios utilizados para a transmissão destes valores e crenças.

O debate entre as questões envolvendo gênero, sexo e poder tem uma longa trajetória e os problemas decorrentes dessas desigualdades se refletem na sociedade e na vida pública. Porém, as questões culturais envolvendo o tema têm origens ainda mais profundas. Biroli (2014) destaca que é na esfera privada onde estão abrigadas as relações de caráter pessoal e íntimo, enquanto na esfera pública⁷ permaneceriam as manifestações de humanidade e cidadania. Sendo assim, é na vida particular que permanecem – e se reafirmam – os estereótipos de gênero desvantajosos para as mulheres. Para a autora, papéis atribuídos a elas, “como a dedicação prioritária à vida doméstica e aos familiares, colaboraram para que a domesticidade feminina fosse vista como um traço natural e distintivo, mas também como um valor a partir do qual outros comportamentos seriam caracterizados como desvios” (BIROLI, 2014, p.32). Grossi (1998) ainda explica que esses “papéis” podem ser entendidos como uma representação. Conforme a autora, tudo aquilo que é associado ao sexo biológico fêmea ou macho em determinada cultura é considerado papel de gênero⁸.

Ou seja, se em sociedade as diferenças entre mulheres e homens já são inegáveis, dentro da família estas disparidades parecem ganhar ainda mais força. Conforme esta visão é impossível, portanto, desatrelar a vida pública da vida privada – visto que as ações vividas e compartilhadas dentro da intimidade da família refletem diretamente na vida em sociedade.

Faz sentido, assim, abandonar a visão de que esfera privada e esfera pública correspondem a lugares e tempos distintos da vida dos indivíduos, passando a discuti-las como um complexo diferenciado de relações, de práticas e direitos – incluídos os direitos à publicidade e à privacidade – permanentemente imbricados, uma vez que os efeitos dos arranjos, das relações de poder e dos direitos garantidos em uma das esferas serão sentidos na outra. (BIROLI, 2014, p.33)

⁷Wilson Gomes e Rousiley Maia (2015) esclarecem que a esfera pública e a privada estão ligadas. É na esfera pública que ecoam os problemas da esfera privada e em ambas as esferas existe comunicação. Na esfera pública a comunicação tem visibilidade e publicidade, na privada tem intimidade e reserva. A esfera pública seria vista, portanto, como uma representação pública de interesses privados.

⁸ Conforme Grossi (1998), estes papéis mudam de uma cultura para outra. A Antropologia, que tem como objetivo estudar a diversidade cultural humana, tem mostrado que os papéis de gênero são muito diferentes de um lugar para outro do planeta.

Ainda de acordo com a autora, relações mais justas e democráticas na esfera privada seriam um ponto de reflexão sobre os papéis de gênero assumidos como convencionais. Uma vez que estes papéis e a divisão do trabalho fossem repensados dentro do seio da família, suas implicações serviriam para uma participação mais igualitária de mulheres e homens na vida pública. Birolí esclarece que relações mais justas na vida doméstica permitiriam ampliar o horizonte de possibilidades das mulheres, impactando suas trajetórias pessoais e suas formas de participação na sociedade.

Hoje, as expectativas da sociedade levam homens e mulheres a desenvolverem habilidades de formas distintas. As mulheres são “expostas à vulnerabilidade durante o período de desenvolvimento por suas expectativas pessoais (e socialmente reforçadas) de que serão as principais responsáveis pelo cuidado com as crianças” (BIROLI, 2014, p.35). Já em relação aos homens, espera-se que ocupem posições diversamente valorizadas. Essas diferenças, ainda durante a criação e educação, orienta às mulheres em busca de um casamento e um provedor – justamente para cumprir o papel ao qual foi culturalmente designada. Da mesma forma, o mundo do trabalho é estruturado seguindo o pressuposto de que os trabalhadores têm esposas em casa. Aqui, mais uma vez se percebe a complexidade de relações entre o mundo público e o privado: no casamento convencional, o controle dos recursos materiais permanece nas mãos dos homens, mesmo que a dedicação e a rotina de que são fruto dependam do trabalho não remunerado doméstico da mulher (BIROLI, 2014).

Essa relação do público e do privado, da sociedade e da família, parece se tornar ainda mais clara entre as famílias do meio rural. Silva (2004) relembra a história do sistema colonato no Brasil e reforça que as mulheres tinham um papel muito importante para o sucesso da propriedade – ao mesmo tempo, porém, em que a organização do trabalho e a alocação dos membros da família no sítio cabia somente ao homem. Conforme Silva (2004), apesar de desempenharem tarefas dentro de casa, na roça de subsistência e no cafezal, as mulheres não existiam enquanto trabalhadoras individualizadas, porque seus trabalhos eram englobados no trabalho familiar controlado diretamente pelo pai-marido. “Ele era chefe do trabalho e da família, seu poder atingia a todos os membros, transformando filhos e mulher praticamente em *seus* trabalhadores” (SILVA, 2004, p. 466). No sistema de colonato, a mulher aparecia como mãe, filha ou esposa – não como trabalhadora. De acordo com a autora, o trabalho familiar mascarava o trabalho realizado pelas mulheres e crianças, pois era o homem, o chefe da família, quem fazia o contrato de trabalho com o proprietário das terras. O trabalho de sua mulher e seus filhos eram tomados automaticamente como um pressuposto.

As desigualdades entre os gêneros ficava ainda mais explícita: as mulheres e os jovens de 12 a 16 anos eram considerados *meia enxada*, como se produzissem a metade do que era capaz de produzir um homem adulto. *Enxada* era o trabalhador adulto do sexo masculino, acima dos 17 anos de idade, com plena capacidade física e dedicado integralmente ao trabalho no cafezal e na roça. Silva relata, ainda, que as mulheres que trabalhavam no cafezal aproveitavam as noites e as madrugadas para o serviço doméstico. A jornada de trabalho feminina acabava sendo maior que a do homem – fato constatado até hoje, seja nas cidades ou no campo. O chefe da família apresentava-se diante da esposa e dos filhos como a personificação da exigência dos proprietários – como o verdadeiro “patrão”, o supervisor e o capataz. O poder masculino centrava-se na figura do pai-marido-patrão.

Muitos depoimentos de ex-colonas mostram que a autoridade do homem poderia ser expressa até no olhar: “Meu pai não precisava falar com a gente, bastava olhar, e a gente sabia o que ele queria ou não”. Essa autoridade não dizia respeito apenas ao trabalho. Ela perpassava todo o tecido social, de tal maneira que as mulheres e filhos estavam sujeitos a um conjunto de normas e valores sociais que reforçavam o domínio e o poder dos homens. (SILVA, 2004, p. 467)

Já Paulilo (2016) inicia a discussão sobre gênero do ponto de vista do trabalho. Para ela, a categoria trabalho, remunerado ou não, sempre se mostrou relevante para o pensamento feminista. Considerar como trabalho as inúmeras atividades desenvolvidas pela mulher no lar e nas pequenas propriedades agrícolas foi uma forma de torna-las visíveis e mais valorizadas. Conforme a autora, o trabalho remunerado foi considerado fundamental, pois em uma sociedade onde quase tudo se compra, o acesso da mulher a alguma forma de renda própria deveria torna-la mais independente do marido e mais participante nas decisões que envolvem tanto o grupo doméstico como a sociedade mais ampla. Porém, o início do trabalho levantou também questionamentos sobre a questão da dupla jornada – dentro e fora de casa. Além disso, como já afirmou Silva (2004) a individualização do trabalho não provocou a igualdade nas relações entre homens e mulheres, e nem a inversão na estrutura de poder. A independência econômica feminina “não representou o término das desigualdades entre homens e mulheres porque elas não se resumem à esfera econômica e material. Estão presentes na cultura, nas ideias, nos símbolos, na linguagem, no imaginário; enfim, formam um conjunto de representações sociais que impregnam as relações.” (SILVA, 2004, p. 471)

No campo, outras questões envolvendo homens e mulheres também são debatidas. Uma das pesquisas de Paulilo investiga a delicada questão da terra, repassada como herança entre filhos homens e filhas mulheres. Mais uma vez o embate da vida privada se faz presente: Tudo o que se consegue é que as mulheres digam, com timidez, que elas deveriam ter os mesmos direitos. O próprio tom de voz é o de quem confessa uma heresia (2016). Outro ponto que volta à tona na fala

de Paulilo é o ideal de casamento. Para ela o meio rural não é um bom lugar para as solteiras. A solteira não tem direito a uma vida sexual nem a uma casa própria. Fica com os pais até que morram, depois mora de favor com irmãs ou cunhadas, ajudando nas lidas da casa, da roça e do cuidado com os sobrinhos.

Quando nosso objeto de estudo são mulheres rurais adultas, podemos ter certeza de que são também casadas e que dificilmente pensariam sua vida fora do casamento, pois o único treinamento profissional que recebem é o de ser agricultora, e só o serão pelo casamento. (PAULILO, 2016, p.266)

A autora relembra que, para muitas agricultoras, a luta por igualdade de direitos já começou ainda na década de 80, através de associações, sindicatos e movimentos organizados pelo Brasil. Porém, pedir igualdade de gênero nas políticas públicas parece ser mais fácil que enfrentar essa questão dentro da família. Sem dúvida, a oposição a grupos que não são próximos afetivamente e que, portanto, podem ser caracterizados como “inimigos” traz menos desgaste emocional que se opor a maridos, pais, sogros, irmãos e filhos homens (PAULILO, 2016).Aparentemente, é dentro da esfera privada o lugar mais complexo para se fazer a luta de gênero.

Apesar de tantos poréns, há sinais de mudança. Conforme Turner (2000), as mulheres estão assegurando, em números crescentes, grau de escolaridade em campos tradicionalmente dominados por homens. Para ele, os efeitos dessas mudanças a longo prazo alterarão as crenças culturais sobre os papéis adequados tanto para as mulheres quanto para os homens, ao mesmo tempo mudando as divisões do trabalho doméstico. Ainda assim, o autor alega que estas serão mudanças relativamente lentas porque os velhos sistemas de símbolos culturais, práticas de socialização, práticas de emprego informais e atividades política são difíceis de alterar.

2 ESTUDOS DE RECEPÇÃO E CONSUMO MIDIÁTICO

Apresento nesta pesquisa sobre as mulheres rurais um trabalho de caráter qualitativo, inserido dentro dos estudos de recepção de viés latino americano. Sendo assim, neste capítulo iremos contextualizar o cenário em que a pesquisa está inserida fazendo uma contextualização dos estudos de recepção, incluindo também os conceitos de consumo cultural e midiático, até evidenciarmos nosso trabalho.

Sobre as tradições das pesquisas relacionadas à recepção, Escosteguy e Jacks (2005) traçam um panorama, destacando cinco grandes tradições para pensar a relação dos sujeitos com as narrativas e dispositivos midiáticos. Conforme apontam as autoras, a pesquisa que leva em conta as audiências teve início com a tradição dos estudos dos efeitos, e teve sua origem na década de 1920. O objetivo inicial era de resolver a questão da preocupação com os novos meios que apareciam na cena contemporânea. De maneira genérica, “a primeira perspectiva que se preocupou com as consequências da industrialização da cultura no que diz respeito à mídia e suas repercussões nos indivíduos e na sociedade chama-se teoria dos efeitos, como é mundialmente conhecida” (ESCOSTEGUY E JACKS, 2005, p.24). Ainda conforme as autoras, esta linha de estudos foi recebendo diferentes olhares ao longo dos anos. Citando Jensen e Rosengren, as pesquisadoras ressaltam características e detalhes das cinco grandes tradições nos estudos de recepção: Pesquisa sobre os Efeitos, Usos e Gratificações, Estudos Literários, Estudos Culturais e Análise da Recepção.

As autoras aprofundam as características e composições de cada tradição apresentada. Para esta pesquisa, interessa-nos destacar a última das perspectivas – Análise da Recepção – em que se insere a chamada vertente latino americana dos estudos de recepção. Em relação à Análise da Recepção, Escosteguy e Jacks (2005) esclarecem que nessa tradição tem-se a concepção sobre a mensagem dos meios – ou seja, as mensagens emitidas são consideradas como formas culturais abertas a distintas decodificações. Já sobre a audiência, se estabelece que ela é composta por indivíduos ativos e produtores de sentido. Sendo assim, as análises de recepção envolvem uma leitura entre os discursos da mídia e da audiência. Ainda conforme as autoras, é dentro desta tendência que se encontram as tradições dos estudos de recepção latino-americanos.

Escosteguy (2010) faz uma revisão sobre o cenário da América Latina e esclarece que uma reflexão crítica começou a emergir, principalmente na década de 80, tendo como eixo central as novas configurações da cultura popular a partir da emergência das indústrias culturais. Dentre as contribuições mais importantes e originais no repensar dessa problemática dentro do âmbito latino-americano, destacam-se frentes de reflexão: Jesús Martín-Barbero (que se refere ao Uso Social dos Meios), Néstor García Canclini (relacionado ao Consumo Cultural) e Guillermo Orozco (sobre o

Modelo das Multimediações). Conforme a autora, os estudos culturais questionam a produção de hierarquias sociais e políticas a partir de oposições entre tradição e inovação, entre a grande arte e as culturas populares, ou, então, entre níveis de cultura –por exemplo, alta e baixa, cultura de elite e cultura de massa. “Tal tipo de análise [...] traz a marca da multidisciplinaridade ou o sentimento de que o suporte de uma única disciplina não dá conta da complexidade do momento em foco”. (ESCOSTEGUY, 2010, p. 48)

A autora ainda faz uma breve explicação sobre as visões apresentadas por cada autor. A proposta de Martin-Barbero redireciona a problemática da comunicação para a cultura, modificando a compreensão da primeira. “A comunicação assume o sentido de práticas sociais onde o receptor é considerado um produtor de sentidos e o cotidiano o espaço primordial de investigação” (ESCOSTEGUY, 2010, p 11). Já em relação a perspectiva desenvolvida por Canclini, a autora esclarece que o consumo cultural é visto enquanto espaço fundamental na constituição da identidade cultural dos sujeitos. Conforme esta visão, é possível definir a particularidade do consumo cultural como o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos onde o valor simbólico prevalece sobre o valor de uso e troca. Por fim, a autora explica a perspectiva desenvolvida por Guillermo Orozco. Conforme Escosteguy, o ponto de partida do autor concentra-se numa análise crítica do “modelo dos efeitos”. Inserido numa perspectiva crítica, Orozco endossa o princípio de que a recepção não se reduz ao momento da exposição aos meios, mas transcorre ao longo de um processo onde interferem inúmeras mediações. Por essa razão, seu objetivo é propor uma estratégia metodológica para investigar essas mediações. “É necessário salientar que sua proposta centra atenção no papel da escola, da família e da televisão, apontando para o comprometimento do autor com a investigação da recepção dos meios e a educação dos receptores. Dessa forma, o contexto é a educação para os meios, sendo a partir daí que se estabelece o foco no receptor” (ESCOSTEGUY, 2010, p11).

Sobre os conceitos de estudos de recepção, Escosteguy (2010) completa que as pesquisas não apenas tratam da relação dos receptores com os meios de comunicação, mas ao permitir que esses mesmos receptores falem, eles vão construindo uma percepção de si mesmos, ou seja, sua identidade. Para ela, essas narrativas constituem as identidades culturais que dizem respeito ao nosso pertencimento a distintas culturas étnicas, raciais, religiosas, de sexo, de idade, de gênero, de classe, entre outras, e são definidas historicamente e não biologicamente. Para Escosteguy, os estudos culturais propõem um olhar interdisciplinar que entende os processos culturais como interdependentes e não como fenômeno isolado, como é a prática usual da maioria das disciplinas.

O interesse central dos estudos culturais é perceber as intersecções entre as estruturas sociais e as formas e práticas culturais. Assim, a análise dos meios de comunicação pelo prisma dessa perspectiva, na América Latina, é vista como comunicação, mas em relação à cultura e aos processos políticos, isto é, como parte da problemática do poder e hegemonia. Daí a razão de observar os processos de comunicação com uma forte referência nas ciências sociais, constituindo uma vertente singular de estudos culturais com forte atenção na base social dos processos culturais. Foi se constituindo, então, uma preocupação fundamentalmente sociológico-cultural. (ESCOSTEGUY, 2010, p. 49)

Das três perspectivas latino americanas destacadas por Escosteguy (2010), a tradição apresentada por Canclini é a norteadora desta pesquisa, visto que aborda a construção de uma identidade cultural baseada no consumo. Seguindo este raciocínio, entende-se que o consumo midiático e também de outros discursos, tem forte relação com a identidade e as apropriações realizadas pelas mulheres rurais.

Em relação ao Brasil, Escosteguy e Jacks (2005) explicam que o desenvolvimento da pesquisa de audiência inicia nas décadas de 1950 e 1960, e afirmou-se sobretudo através de seu caráter comercial. Tratava-se de pesquisa voltada para o mercado, em que prevaleciam os interesses do anunciante e dos meios de comunicação. É nesse contexto que surgem as primeiras pesquisas de audiência no Brasil, realizadas pelo instituto IBOPE (criado em 1942) e MARPLAN (criado em 1958). A realidade começa a mudar anos mais tarde, quando se iniciam as pesquisas no campo da recepção na área acadêmica – ainda que a princípio, fora da área de comunicação.

De outro lado, na configuração da pesquisa em comunicação, a década de 70 é um marco divisor, pois nessa época foram implantados os primeiros cursos de pós-graduação no país. A partir daí é que a produção científica e acadêmica em comunicação vai aumentar substancialmente. Mesmo assim, no decurso de um pouco mais de vinte anos, não são muitos os pesquisadores que se dedicam a esse tipo de investigação. (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005, p.81)

Desde então, para Escosteguy (2008), a pesquisa brasileira e as práticas de recepção tornaram-se um foco de atenção permanente dos pesquisadores – apesar de não constituírem ainda uma longa história. A autora retoma a discussão, afirmando que no final dos anos 1980, essa temática é consolidada como uma vertente de investigação no campo acadêmico da Comunicação. Depois da circulação e incorporação da teoria das mediações de Martin-Barbero em diversos estudos do final dos anos 1990, observa-se uma forte atenção ao contexto dos receptores, bem como fraco interesse em relação ao conteúdo propriamente dito dos programas.

Em linhas gerais, parece que se estuda mais o papel dos meios na vida cotidiana do que o impacto ou o sentido da vida cotidiana na recepção de um produto, isto é, o objeto central de análise se localiza prioritariamente nas culturas e comunidades nas quais se observa a presença dos meios. Em outras palavras, depois de um período em que se atribuiu um poder excessivo aos *media* nos anos 70, veio outro que deu o poder aos receptores nos anos 90. (ESCOSTEGUY, 2008, p.31)

Em sua obra mais recente, *Meios e Audiências III*, Jacks et al (2017) faz um levantamento entre os anos de 2010 e 2015 dentro das pesquisas consideradas de recepção e consumo midiático. Os estudos tratavam de temas relacionados aos meios de comunicação e seus conteúdos. Para definir e delimitar o que é entendido por consumo midiático e, conseqüentemente, o que são estudos de recepção, foi realizada uma divisão: as pesquisas que analisam a relação mais ampla com os meios são classificadas como consumo midiático. Já as que tratam de uma relação mais estreita com os veículos, programas, gêneros midiáticos e conteúdos específicos foram classificadas como recepção. Neste levantamento, foram identificadas 102 pesquisas de recepção e 71 de consumo midiático dentro deste período.

Já Shmitz (2015) apresenta uma discussão entre autores que debatem pesquisas de recepção e consumo midiático e resgata o levantamento realizado por Jacks et al (2014) em relação aos estudos. Conforme a autora, mesmo trazendo a discussão sobre a temática à tona, deve-se admitir que não existe consenso na área sobre os temas e nem uma ampla discussão sobre as reais diferenças entre os estudos de recepção e consumo midiático. Em sua visão, as pesquisas em recepção e consumo seguem sendo tomadas uma pela outra, ou ainda, que tem se adotado o termo recepção como sinônimo de pesquisa no âmbito da audiência. Ainda assim, Schmitz traz o conceito de pesquisa de recepção, afirmando que o estudo daria conta de um gênero ou produto midiático específico, realizando um recorte que possibilite a captação e aprofundamento dos sentidos produzidos a partir de sua audiência.

“Pode adquirir uma orientação horizontal se a problemática a ser investigada envolver o relacionamento com o produto em nível sincrônico, mas entende-se que esse tipo de estudo requer uma circunscrição maior que uma investigação do consumo, em que os sentidos produzidos se constroem justamente na sobreposição de conteúdos, criando mosaicos nos quais se tecem os sentidos”. (SCHMITZ, 2015, p. 264)

Ela ressalta que a produção de sentidos não é restrita ao momento da recepção ou do consumo, o que complexifica ainda mais esse tipo de estudo. A maioria dos estudos de recepção e consumo está interessada nos usos, sentidos e apropriações que são operadas a partir da oferta midiática. (SCHIMITZ, 2015). A autora esclarece, ainda, que uma investigação de consumo midiático se distancia de um trabalho de recepção pela natureza da pergunta que os orienta. Embora possam ser pensados de forma complementar, um trabalho sobre o consumo sugere um olhar mais

amplo, de orientação transversal em relação à totalidade de conteúdos midiáticos que se consome, podendo-se também recortar em um meio ou uma temática. A autora completa que a maioria dos estudos de recepção e consumo está interessada nos usos, sentidos e apropriações que são operadas a partir da oferta midiática. Mais uma vez não há consenso nem discussão sobre o que caracterizaria ou distinguiria cada um destes processos, mas tenta-se demarcar algumas nuances que possam indicar singularidades. A pouca discussão acerca das peculiaridades de cada um desses conceitos e a ampla gama de processos abarcados pelo consumo dificulta ainda mais sua problematização teórica (SCHIMITZ, 2015).

Conforme Toaldo e Jacks (2013), os estudos de recepção tratam de detalhar aspectos do fenômeno midiático na dimensão de seus conteúdos, fechando o foco de observação, o que não significa dispensar uma análise do consumo midiático para adentrar nas práticas dos receptores. Ou seja, os estudos de recepção e consumo midiático não precisam obrigatoriamente estar unidos. Porém, os primeiros podem se valer dos segundos como forma de introdução, a fim de conhecer as preferências e envolvimento mais profundos do público estudado. Por fim, as autoras observam que o que diferencia o consumo midiático é o âmbito que se propõe a observar, “ou seja, é um ângulo mais amplo do fenômeno observado pelos de recepção, justamente porque tem o foco direcionado para a relação com os meios e não com as mensagens, para usar uma imagem simplificada do processo” (TOALDO, JACKS, 2013, p. 7). Desta forma é possível compreender de que forma esta pesquisa sobre as mulheres rurais se classifica. Quando lançamos um olhar mais amplo sobre os hábitos de consumo das participantes, sem determinar um programa ou produto midiático específico, estamos falando de um estudo de consumo de mídia. A intenção é entender de que maneiras as mulheres se relacionam com os meios, e que meios são estes – mas ainda sem aprofundar em um objeto em específico. A pesquisa, entretanto, não impede de ganhar novas versões no futuro, partindo de outros pontos de vista, e ser analisada como um produto de recepção.

Ainda de acordo com as autoras, o consumo midiático pode ser entendido como o consumo do que a mídia oferece: nos grandes meios – televisão, rádio, jornal, revista, internet, *sites*, *blogs*, celulares, *tablets*, *outdoors*, painéis... – e nos produtos/conteúdos oferecidos por esses meios – novelas, filmes, notícias, informações, entretenimentos, relacionamentos, moda, *shows*, espetáculos, publicidade. Para esclarecer ainda mais as particularidades de um e outro, as autoras afirmam que o consumo midiático enfatiza seu entendimento como estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções, etc (2013). Deste modo, esta pesquisa pode ser definida como um estudo de consumo midiático uma vez que analisa o consumo de mídia realizado pelas mulheres rurais. E ao falarmos

de consumo vamos além dos meios tradicionais e englobamos, também, suas relações entre família, vizinhança e amigos - e a comunicação existente nessas relações.

2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Seguindo o enfoque dos estudos de recepção latino-americanos, esta pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de consumo midiático – assim como proposto por Canclini (2010) e Toaldo e Jacks (2013). Através de um viés qualitativo, a pesquisa analisa a comunicação e o consumo de informações – através de meios midiáticos ou não – de mulheres rurais de Camboriú. Para isso, o estudo se norteia por uma perspectiva multimetodológica envolvendo diferentes etapas, técnicas e procedimentos, com o objetivo de abarcar o máximo possível de informações e detalhes sobre a vivência das agricultoras. Esta estratégia, conforme Bonin (2001) explora a combinação de várias modalidades de métodos e de técnicas de pesquisa, levando em conta as potencialidades e os limites de cada técnica para a construção dos dados. O arranjo permite que os limites contidos em uma técnica sejam superados pela utilização de outra, estabelecendo relações de complementaridade e de convergência entre elas.

O desenho multimetodológico foi pensado, portanto, especificamente para o estudo das mulheres rurais. Os procedimentos e técnicas foram escolhidos com base na relação das trabalhadoras com os meios. O objetivo das técnicas e instrumentos utilizados foi de capturar o máximo possível do cotidiano das agricultoras, a fim de compreender suas rotinas familiares e de trabalho – e conseqüentemente, seus hábitos de consumo. Para Bonin (2008) a metodologia pode ser vista como construção pensada, refletida dos objetos. Esta construção, realizada no campo da comunicação, não exclui relações e interfaces com outros campos, já que os objetos são multidimensionais e complexos, exigentes de formulações também complexas para apreendê-los, nas quais se faz necessária a confluência de saberes disciplinares, apropriados e repensados para responder aos objetos comunicacionais (2008).

O estudo foi realizado em diferentes etapas. O primeiro passo através da pesquisa exploratória, com o uso dos questionários como instrumento. Sobre este primeiro contato com o objeto de pesquisa, Gil (2008) esclarece que as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis. Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. [...] O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados. (GIL, 2008, p. 27)

Já Bonin (2012) afirma que seu sentido deve ser visto “enquanto prática metodológica relevante para alicerçar a investigação científica e colaborar para a confluência entre estas lógicas no processo de sua construção, pensando-a como dimensão concreta na realização de pesquisas de recepção” (BONIN, 2012, p. 3). Ainda sobre o processo da exploração, a autora explica que esta fase implica aproximações empíricas ao fenômeno concreto a ser investigado com o intuito de perceber seus contornos, nuances, singularidades. Para ela, tatear o fenômeno, explorar aspectos que interessam à problemática em construção, na sua feição concreta, caracterizam este processo. Ou seja, os movimentos concretos de pesquisa exploratória necessitam ser pensados em seus fundamentos, seus objetivos, seu desenho, suas estratégias e táticas; também em sua programação e realização concreta. Este pensar, planejar e programar deve também ser flexível e aberto no sentido de poder acolher os requerimentos advindos do processo (BONIN, 2012, p. 4).

Além disso, conforme a autora explica, os achados da pesquisa exploratória alimentam o amadurecimento do desenho investigativo. As aproximações empíricas, em confluência com a pesquisa metodológica, podem auxiliar a construção de um desenho metodológico sensível às especificidades do concreto e alimentar processos de invenção metodológica. Ou seja, a pesquisa exploratória pode e deve auxiliar na construção do processo multimetodológico. A pesquisa exploratória também é lugar de experimentação e teste de métodos e de procedimentos para a construção e composição destes arranjos metodológicos, que são sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos (BONIN, 2011).

Dentro da etapa da pesquisa exploratória contei com o uso de questionários para traçar um perfil socioeconômico e alguns aspectos do consumo midiático das mulheres rurais. O questionário, conforme Gil (2008), é uma técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. Na maioria das vezes o próprio participante é quem responde às questões – nestes casos são chamados de questionários auto-aplicados. No estudo com as mulheres rurais, entretanto, as perguntas foram formuladas oralmente e as opções foram respondidas pela pesquisadora – em situações assim o questionário é aplicado com entrevista ou formulário. Além disso, o questionário (que pode ser conferido no APÊNDICE 2) também se baseou em questões abertas e fechadas,

conforme o tipo de questão e a informação que se desejava saber. De acordo com Gil (2008) nas questões abertas se solicita ao entrevistado para que ofereça suas próprias respostas – é o tipo de análise que permite ampla liberdade de resposta. Já nas questões fechadas se pede para que os participantes escolham uma alternativa entre as demais apresentadas em uma lista.

Logo após a análise dos 40 questionários foi realizada a segunda etapa, com a seleção de um grupo menor de trabalhadoras. A seleção das sete mulheres foi feita com base em diferentes características, como idade, escolaridade e interesse pela busca de informações. Além disso, todas as mulheres estão ativas em suas atividades profissionais. A partir desta segunda etapa a pesquisa também se inspira em técnicas e instrumentos da etnografia – método que nasceu na antropologia e que, por vezes, conversa com as pesquisas em comunicação. Conforme Travancas (2006) a etnografia exige um mergulho do pesquisador em seu trabalho. Lago (2007) explica que para a etnografia, o trabalho de campo é “uma experiência crucial: implica em um desraizamento cultural, um despir-se da própria cultura e um tipo de entrada na cultura do outro” (LAGO, 2007, p.50). Funciona, portanto, em duas vias: despir-se de sua própria cultura e perceber a cultura do outro. Já Angrosino (2009) completa que a etnografia é feita *in loco* e o etnógrafo é, na medida do possível, alguém que participa subjetivamente nas vidas daqueles que estão sendo estudados, assim como um observador objetivo daquelas vidas. Para o autor, o método etnográfico é diferente de outros modos de fazer pesquisa em ciência social pois é baseado na pesquisa de campo - conduzido no local onde as pessoas vivem (2009). Sendo assim, para o retorno ao campo utilizarei algumas técnicas como o uso do diário de campo, observação e entrevistas em profundidade.

Para aprofundar os temas já analisados durante os questionários e compreender ainda mais o cenário das mulheres rurais, a entrevista foi uma técnica fundamental durante a realização desta pesquisa. Para Duarte (2005), entre as principais vantagens da entrevista está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. A entrevista em profundidade procura intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística.

Por meio da entrevista em profundidade, é possível, por exemplo, entender como produtos de comunicação estão sendo percebidos por funcionários, explicar a produção da notícia em um veículo de comunicação, identificar motivações para o uso de determinado serviço, conhecer as condições para uma assessoria de imprensa ser considerada eficiente, identificar as principais fontes de informação de jornalistas que cobrem economia. (DUARTE, 2005, p. 63)

Ainda de acordo com o autor, a entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para a apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo

do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. Moura (2017) completa que as pessoas importam, e suas pequenas histórias, seus fragmentos de história, suas memórias, suas vozes, seus silêncios recontam o passado. Conforme a autora, diante dessas histórias organiza-se novo equilíbrio: a extremidade receptora, as pessoas comuns, podem agora julgar e ressignificar a política, a economia e as grandes decisões. Para a autora, estudar a construção de narrativas midiáticas sobre a vida ordinária, isto é, a vida vivida das pessoas comuns, é um passo importante para as práticas científicas no campo da comunicação “uma vez que traz à tona questões pouco investigadas ou às vezes pouco valorizadas acerca da produção de sentidos no processo de circulação e recepção das informações” (MOURA, 2017, p.174).

Muito do que é dito nas entrevistas é profundamente subjetivo. A reflexão de Duarte (2014) se baseia em tudo o que o sujeito observa, vivencia e analisa seu tempo histórico, seu momento, seu meio social. Conforme a autora, o resultado de uma entrevista é sempre um, entre muitos pontos de vista possíveis. Assim, tomar depoimentos como fonte de investigação implica extrair daquilo que é subjetivo e pessoal neles o que nos permite pensar a dimensão coletiva, isto é, que nos permite compreender a lógica das relações que se estabelecem no interior dos grupos sociais dos quais o entrevistado participa, em um determinado tempo e lugar. Ainda de acordo com Duarte, forcenendo-nos matéria-prima para nossas pesquisas, nossos informantes estão também refletindo sobre suas próprias vidas e dando um novo sentido a elas. Avaliando seu meio social, ele estará se auto-avaliando, se auto-afirmando perante sua comunidade e perante a sociedade, legitimando-se como interlocutor e refletindo sobre questões em torno das quais talvez não se detivesse em outras circunstâncias (DUARTE, 2014).

Já Pizarro (2014) avalia que o trabalho de campo etnográfico é uma prática social que implica tanto um diálogo, quanto uma negociação social. Entrevistador e entrevistado interagem de seus diferentes universos tornando a prática etnográfica um processo produzido por ambos. A comunicação se torna possível pois o contexto da entrevista é captado através de certos gestos da linguagem corporal, que complementam o texto. “Mesmo quando é o etnógrafo que edita a entrevista, a fim de interpretar a declaração (tanto o que é dito quanto o que é não dito), é necessário que este, incorporado no contexto em que esse discurso faz sentido, escape à tentação de corrigir o texto como uma mera descrição da cultura ou ponto de vista nativo” (PIZARRO, 2014, p.463)⁹.

Dentro de todas as possibilidades de entrevistas em profundidade existentes, o estilo que mais se adequou ao estudo foram as entrevistas semi-abertas (ou semi-estruturadas). Isso porque, de

⁹“Aúncuando se a el etnógrafo quien edita La entrevista en aras de interpretar loexpresado (tanto lodicho como lo no dicho), es menester que este, embebido del contexto em el que ese discurso tiene sentido, escapando así de la tentación de fijarel texto como una mera descripción de la cultura o del punto de vista nativo” (PIZARRO, 2014, p.463).

acordo com Duarte (2005), o estilo se caracteriza pela flexibilidade e por explorar ao máximo determinado tema, partindo de um roteiro base. Também conforme Angrosino (2009) a entrevista semi-estruturada apresenta questões específicas sobre determinado tópico. Além disso, este modelo é muito próximo da entrevista etnográfica¹⁰, na qual o entrevistador se prepara revendo todos os dados e informações que já sabe sobre o assunto a fim de abordar questões sobre o que ainda deseja saber. “Estas questões não devem ser engessadas em uma lista, mas servir de roteiro para os assuntos principais da conversa. [...] além das perguntas abertas com que o entrevistador inicia o encontro, várias outras serão questões investigativas destinadas a manter a entrevista fluindo em direções produtivas”. (ANGROSINO, 2009, pág.62)

Em paralelo às entrevistas, também foi realizada a observação das mulheres rurais, a fim de captar sua rotina e costumes com mais detalhes. A observação nada mais é do que utilizar a percepção para adquirir os completar os conhecimentos da pesquisa. Conforme Gil (2008), a observação é um elemento fundamental para a pesquisa e tem papel evidente na fase da coleta dos dados. Para o autor, a observação simples é aquela em que o pesquisador permanece alheio à comunidade e observa de maneira espontânea os fatos que ocorrem. Apesar de ser considerada uma observação espontânea, informal, esta técnica também se coloca no plano científico, pois vai além da simples constatação dos fatos. Conforme o autor, em qualquer circunstância a observação simples exige um mínimo de controle na obtenção dos dados. Além disso, a coleta de dados por observação é seguida de um processo de análise e interpretação, o que lhe confere a sistematização e o controle requeridos dos procedimentos científicos (GIL, 2008).

Para completar os procedimentos multimetodológicos, e ainda com inspiração na etnografia, também fiz uso dos diários de campo durante as visitas às mulheres rurais. Através deste instrumento é possível registrar os detalhes observados, um gesto, uma expressão – ações ou reflexos percebidos durante a conversa com a personagem. Conforme Oliveira (2014), o diário de campo é um dispositivo de (in)formação, uma ferramenta de trabalho que permite a consulta nos arquivos das ideias que nele estavam grafadas. A utilização do instrumento precisa ser disciplinada. Conforme a autora, no diário podem ser registradas tanto as perspectivas ao se iniciar a pesquisa, como as diversas teias que envolvem cada momento, do campo de pesquisa ao diálogo com os escritos que emergiram das diversas observações. “Fazer as anotações que descrevem os espaços físicos possibilitam entender significados e sentidos que paredes, cores, telhados, janelas, bancos, cortinas e fotografias representavam para um determinado grupo” (OLIVEIRA, 2014, p.80)

¹⁰Conforme Angrosino, a entrevista etnográfica é também em profundidade. Ela não é uma mera versão oral de um questionário. Ao contrário, seu objetivo é sondar significados, explorar nuances, capturar as áreas obscuras que podem escapar às questões de múltipla escolha que meramente se aproximam da superfície de um problema.

Já de acordo com Gil (2008), o registro da observação simples se faz geralmente mediante diários ou cadernos de notas e o momento para realizar os registros é durante a própria ocorrência do fenômeno. Também podem ser utilizados outros meios para o registro da observação, tais como gravadores, câmeras fotográficas, filmadoras etc. No caso desta pesquisa, além do diário de campo, também contei com o apoio de gravadores para registrar as entrevistas em sua totalidade.

Outro artifício utilizado durante a etapa de observação foram as fotografias, com o objetivo de registrar a rotina que estava sendo observada. Vale ressaltar que as fotos não fazem parte do objeto de análise, e foram utilizadas somente para auxiliar na descrição do campo da pesquisa - como forma de ilustrar as cenas vistas durante as fases de observação e entrevistas.

2.2 O CONTATO COM O CAMPO

O local escolhido para a realização da pesquisa foi a cidade de Camboriú, local onde cresci e resido atualmente. O município está situado no litoral norte de Santa Catarina, tem cerca de 78 mil habitantes e 212 mil quilômetros quadrados¹¹. O município teve origem em 1884, quando foi emancipado do território de Itajaí e já foi nomeado de Freguesia de Nossa Senhora do Bom Sucesso de Camboriú até ser elevada à categoria de Vila, passando a ser chamada de Vila de Camboriú. O nome Camboriú vem da origem Guarani, do termo original CAMBORIGUASSU. Cambori era o termo que os autóctones usavam para denominar um peixe que hoje chamamos de robalo. O sufixo guassu ou guaçu, açu ou simpleste ú, significa grande. O termo então foi aprimorado para Camboriú¹². Grande parte da população de Camboriú vive nos bairros urbanos, conforme o mapa a seguir. As regiões mais povoadas estão na área central da cidade e na região que faz divisa com Balneário Camboriú. Ainda assim, nota-se uma grande extensão rural com possibilidades de povoamento.

¹¹Dados estimados pelo IBGE disponíveis em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/camboriu/panorama>, acessado em 03.06.2019.

¹²Informações históricas disponíveis no site oficial da Prefeitura: <http://www.camboriu.sc.gov.br/estudante.php>, acessado em 03.06.2019.

Uma das dificuldades encontradas, no primeiro momento, foi a identificação destas trabalhadoras. Isso porque o Sindicato possui – e ofereceu – uma listagem com o nome de todas as afiliadas. Porém, constatou-se que nem todas as mulheres eram de fato agricultoras ou produtoras rurais – algumas apenas se filiaram ao sindicato por morarem na zona rural, enquanto na verdade exerciam outra profissão na cidade.

Além disso, a prefeitura de Camboriú não possui nenhum sistema de censo ou controle sobre os produtores rurais. Não existem informações sobre a quantidade de trabalhadores rurais no município, muito menos em quais regiões vivem ou que atividades desenvolvem para o sustento. A produção agrícola da cidade é um mistério para a prefeitura. A Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – possui um escritório sede na cidade. A empresa pública faz trabalhos de extensão próximos aos agricultores, mas também não possui registros referentes a estes trabalhadores. Sendo assim, todos os órgãos ligados aos produtores rurais foram procurados no início da pesquisa, porém, somente o Sitruc possuía algum tipo de registro dos agricultores. O segundo passo, portanto, foi analisar detalhadamente os nomes listados nos registros do Sindicato dos Produtores Rurais e confirmar, diretamente com o presidente da instituição, quais mulheres se enquadravam de fato como produtoras rurais. A partir daí, os nomes das possíveis participantes foram selecionados.

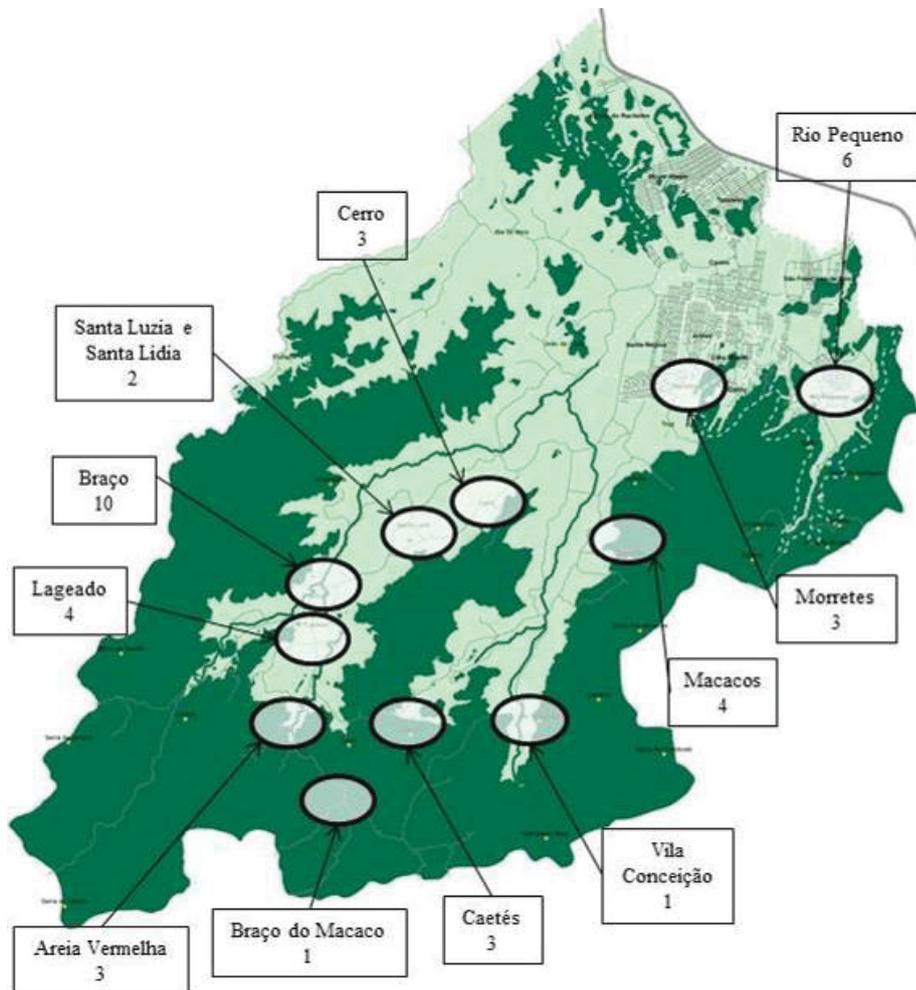
O primeiro contato com as agricultoras aconteceu em outubro de 2017, na feira de produtos rurais, organizada pela prefeitura de Camboriú duas vezes por semana: na quarta-feira, no Centro, e aos sábados, no bairro Monte Alegre. A pesquisa exploratória se iniciou, portanto, na manhã de uma quarta-feira. Ainda não eram sete horas da manhã quando as barracas de verduras, legumes e outros produtos agrícolas já estavam arrumadas. Não só as mulheres participam da feirinha, crianças e homens camponeses também tomam conta dos produtos, organizam as vendas, carregam a mercadoria. Em meios aos profissionais que trabalhavam no dia, notei a presença de quatro mulheres rurais - estas foram as primeiras agricultoras que tive contato. Para compreender melhor o universo das trabalhadoras rurais, foi necessário ter um ponto de partida. Por isso, a primeira ferramenta selecionada para explorar este cenário foram os questionários. Ao todo, incluindo as mulheres que trabalhavam na feira, foram respondidos 40 questionários. Além deste número total, duas outras também foram convidadas a participar do questionário, mas por motivos pessoais se recusaram.

O contato com as mulheres da feira foi um ponto de partida, mas também uma revisão do trabalho inicial. Já nesta primeira etapa percebi que as perguntas estavam incompletas, que não contemplavam todas as informações que seriam necessárias para o andamento da pergunta. Logo após este primeiro dia de perguntas, portanto, o questionário passou por algumas modificações, para

que então o processo de entrevistas pudesse ter continuidade. Durante o mesmo mês, também visitei a feira que ocorria no sábado, no bairro Monte Alegre. Lá ficou constatado que as mesmas mulheres participam dos dois eventos, ou seja, não foram encontradas novas profissionais para que participassem da pesquisa. Sendo assim, era o momento de começar o trabalho de campo, literalmente.

Para as visitas no interior da cidade, contei com a ajuda essencial do presidente do sindicato. Silvio sabia onde cada uma das famílias morava, foi comigo às propriedades e me apresentou para cada trabalhadora. As visitas foram feitas combinando sua disponibilidade de trabalho e tempo para ir ao interior. Os questionários não foram entregues às participantes. Ao contrário disso, eu lia as perguntas e ia assinalando as respostas, conforme as informações que elas me repassavam. Todo este processo levou cerca de dois meses, entre novembro e dezembro de 2017. Também vale destacar que este processo aconteceu na residência das moradoras, em meio à sua rotina de trabalho. Algumas responderam às questões durante seu horário de folga, outras em meio à colheita de verduras ou amarração das plantas para o transporte até a venda.

FIGURA 2 - MAPA DE ENTREVISTAS COM AS AGRICULTORAS DE CAMBORIÚ



Fonte: elaborado pela autora (2019)

O ponto de partida foi identificar em quais regiões as mulheres moram e, conseqüentemente, de que forma a produção agrícola está distribuída dentro do município. Nem todos os locais mencionados por elas durante a aplicação do questionário são identificados como bairros. Algumas regiões da zona rural são chamadas de “localidades”, ou “vilas”. Ainda assim, nota-se que as propriedades rurais são bem distribuídas pelo interior de Camboriú, sendo que a maior quantidade de agricultoras foi encontrada nos bairros Rio Pequeno e Braço. Sobre a naturalidade, grande parte das trabalhadoras tem família de origem camboriuense, sendo que cresceram e se casaram no campo – e lá permaneceram. Algumas nasceram em outros municípios de Santa Catarina, como Itajaí, Biguaçu, Joinville e Imaruí. Apenas duas são naturais do Rio Grande do Sul.

Após essa etapa de identificação e contato introdutório com as participantes, foi possível ter uma primeira noção dos perfis de cada uma e traçar os próximos passos da pesquisa.

3 A VENDA NA FEIRA E A COLHEITA NA ROÇA

Assim que as visitas se encerraram, iniciei a análise dos questionários – que foram tabulados e redigidos para a forma digital, a fim de organizar melhor as informações coletadas. A análise foi facilitada com o uso de tabelas, onde as questões e respostas foram inseridas. Como já apontado, esta etapa da pesquisa ocorreu no período de outubro a dezembro de 2017 e resultou num total de 40 mulheres que responderam ao questionário. Este capítulo apresenta os dados e informações pessoais de cada agricultora, oferecidos nas respostas dos questionários. Para a obtenção de todos os dados, foram realizadas diversas viagens ao interior, algumas acompanhada pelo presidente do sindicato, outras sozinha.

O encontro aconteceu em dois ambientes diferentes – nas propriedades ou na feirinha dos produtores rurais – porém, sempre em momentos de trabalho. O primeiro encontro aconteceu na feirinha do Centro de Camboriú, como mencionado, uma quarta-feira de outubro. É durante a madrugada que os estandes começam a ser montados e os agricultores trazem as mercadorias frescas. Cheguei no local por volta das seis horas da manhã e logo abordei as trabalhadoras. As mulheres foram bastante acessíveis, me respondiam as questões enquanto atendiam os clientes ou arrumavam os produtos no estande. Por vezes o questionário foi interrompido para responder alguma dúvida de um comprador, ou entregar um produto. Durante o encontro, percebi que todas estavam acompanhadas da família – ou com o marido, ou com os filhos, e todos trabalhavam.

O trabalho é dividido de forma igualitária, os dois arrumam os produtos, carregam e descarregam os caminhões, atendem os clientes e fazem as cobranças. Entretanto, nem todas guardam o dinheiro ou fazem a manipulação dele. Em dois casos foi possível perceber que quando a mulher fazia a venda, o dinheiro. Ou melhor, algumas delas não tinham certeza dos valores dos produtos, e algumas vezes recorriam ao companheiro para ter certeza da venda. Nestes casos, o dinheiro era entregue à figura masculina que estava presente – o pai ou o marido. Porém, também foi possível notar situações em que o trabalho era feito em parceria. Durante a aplicação do questionário uma das agricultoras, por exemplo, foi constantemente questionada pelo marido se “era a hora de fritar o pastel” ou “de que sabores ela achava que tinha que fritar”. Esse questionamento pode mostrar duas situações diferentes: reforça que a cozinha é o lugar da mulher, por isso o marido a procura em busca de auxílio, ou, em um melhor cenário, demonstra que as decisões são tomadas em conjunto entre os dois.

A aplicação dos questionários durou algumas horas e foi concluída antes do horário do almoço. A pesquisa até poderia ter sido realizado de forma mais ágil, porém, as mulheres pareceram bastante interessadas na conversa, indo além das perguntas fechadas do questionário. Algumas

contavam também sobre a sua vida, histórias da infância, antigas profissões e o reencontro com o campo. Os produtos oferecidos eram os mais variados, desde queijos, frutas orgânicas, folhagens, embutidos, pães e conservas. Uma delas me contou sobre algumas novidades que estava experimentando para a venda, como os queijos temperados. Outra falou sobre a relação com a filha e a necessidade de passar os ensinamentos do campo para ela. Por fim, as horas se passaram até a conclusão das perguntas. No sábado seguinte, durante a mesma semana, fui até à feirinha de produtores realizada no bairro Monte Alegre. Lá notei que as mesmas pessoas trabalhavam nos dois locais, por isso não foi possível aplicar nenhum novo questionário.

Já em relação às mulheres que trabalham no campo, desde a primeira ida à zona rural percebi que a presença conhecida do presidente era um ponto de confiança para as trabalhadoras. Algumas delas me receberam muito bem desde o primeiro momento, mesmo sendo uma estranha em sua propriedade. Abriam as portas de casa e conversavam sobre os assuntos sem hesitar. Entretanto, em alguns momentos quando fui sozinha à casa das mulheres e apresentei a pesquisa, elas não demonstravam muita abertura ou interesse em participar. Portanto, tanto eu quanto Sílvio Matias notamos que a presença dele era importante neste primeiro encontro, na hora de conhecer as mulheres. Sendo assim, sempre que chegávamos às propriedades, ele chamava a moradora pelo nome, me apresentava e perguntava se ela “queria dar uma entrevista”. A partir deste ponto eu explicava do que se tratava o trabalho e convidava a trabalhadora para participar. Se por acaso ela não podia responder as perguntas na hora, eu marcava um novo horário e retornava sozinha para a aplicação do questionário.

O contato com o campo foi extremamente rico e prazeroso. Mais do que abrir as portas de suas casas, algumas vezes ainda fui recebida com presentes e lembranças produzidas por elas. A partir do momento em que entenderam que poderiam me ajudar, a maioria delas se mostrava muito prestativa. A aplicação do questionário foi realizada sempre durante o expediente, adaptando o meu trabalho ao trabalho delas. Em um dos locais, no bairro Rio Pequeno, havia uma grande plantação de folhagens com estufas e áreas cobertas (uma propriedade familiar, onde trabalham os pais com os filhos e filhas). Os homens da família trabalham com a plantação e irrigação, as mulheres capinam, colhem e fazem a amarração para a venda. Eu já havia sido apresentada anteriormente pelo presidente do sindicato e, no momento em que retornei à propriedade as três mulheres estavam colhendo couve.

Todas estavam com roupas de trabalho, uma delas usava um chapéu de palha na cabeça, embora a colheita fosse realizada em ambiente coberto. Elas carregavam consigo caixas de transporte repletas de couves já colhidas. Ao fundo, era possível ouvir a música que tocava no rádio ligado no galpão. Os questionários foram respondidos de pé, enquanto eu seguia os passos das

agricultoras em meio às plantas, para não interromper a colheita. No fim da colheita, e após a conclusão dos questionários, elas se recolheram no galpão para iniciar a amarração das plantas. As couves foram separadas em maços e amarrados um a um, para serem guardadas no refrigerador e vendidas no dia seguinte. Naquele dia, voltei para casa com um maço de couve de presente.

Cada ida ao interior era uma história diferente para contar. Animais pastando na beirada da pista, a estrada (em boa parte ainda de barro) com difícil acesso - quando chovia a visita era adiada - e longas distâncias, alguns sítios ficavam bem distantes do Centro da cidade, percorremos mais de 20 quilômetros para chegar a algumas propriedades. Durante o trajeto foi possível perceber alguns locais onde o caminhão do lixo não tem acesso – os moradores que moram em servidões ou em ruas muito estreitas precisam levar o lixo até um ponto de coleta, em uma rua mais movimentada. Todos os sítios que visitei possuíam energia elétrica e muitos moradores fazem o uso do telefone rural, um projeto que existe na cidade e leva a telefonia para o interior. Em relação ao sinal de telefone celular, varia conforme nos locomovemos pelo interior. Em algumas regiões é possível captar o sinal da operadora TIM, em outras regiões só funcionam os telefones da operadora Vivo.

Em uma das propriedades, na localidade de Macacos, Maria Pinheiro trabalha acompanhada da nora, Idinete Sarmiento. Quando cheguei ao local as duas trabalhavam sentadas em caixas de madeira na entrada do galpão onde ficam guardados os grãos e maquinários. Elas separavam temperinho verde, as folhas “passadas”, ou estragadas, eram descartadas – depois virariam alimento para os porcos, junto com outros legumes. As mulheres já haviam colhido uma grande quantidade de cebolinha e salsinha, e amarravam os maços para a venda nos supermercados de Balneário Camboriú (cidade vizinha).

Assim que me viram fui convidada a me unir a elas. Sentei numa caixa de plástico enquanto observava o trabalho das agricultoras e ali completamos o questionário. Nesta propriedade as mulheres têm trabalhos mais variados, fazem “de tudo um pouco”, como disseram. Ainda assim, não são responsáveis pela compra de grãos ou pagamento das contas, nem pelo manuseio das máquinas. O dinheiro é uma responsabilidade do marido. Entretanto, elas assumem diversas funções no campo, como a semeadura, colheita, organização para a venda e também o trato com os animais. Assim como na propriedade anterior, neste caso o trabalho também é dividido com os homens da família. Mais uma vez os temas do questionário acabaram desenvolvendo conversas entre as mulheres. Quando a aplicação já havia sido encerrada, elas conversavam sobre estilos musicais. Haveria uma festa na igreja da localidade – fui convidada para ir - e ambas conversavam sobre a banda e como gostam de dançar aos domingos. Durante a conversa elas explicaram que cada família da comunidade ficava responsável pela preparação de algum prato, que seria vendido na festa arrecadando dinheiro para a igreja. Depois de algum tempo começou a chover e eu tinha

uma nova entrevista marcada para o mesmo dia, me despedi e deixei as agricultoras continuarem seu trabalho.

Sobre o comportamento entre marido e mulher no campo de trabalho, percebemos que nem todas as mulheres rurais têm esta mesma relação com o companheiro – ou com a figura masculina da propriedade. Durante esta primeira etapa da pesquisa, por exemplo, relembramos a propriedade de Maria Alice de Souza, que trabalhava com a venda de peixes no centro da cidade, até que resolveu se tornar piscicultora. Seu sítio fica na localidade da Toca, e logo na entrada é possível ver as lagoas onde cria os peixes ornamentais. À direita da propriedade, seu marido trabalha com a fabricação de móveis rústicos enquanto ela cuida da criação. Os bezerros que pastam ao redor das lagoas não são para o comércio – eles “roçam” a grama do sítio e economizam a mão de obra, conforme a produtora me explica. Há alguns anos as arrozeiras da propriedade foram transformadas em lagoas para a engorda dos peixes. Os filhotes (chamados de alevinos) são criados em tanques fechados.

No dia em que cheguei, um cliente estava na propriedade com o porta-malas do carro aberto. A produtora recolhia os peixes da lagoa, colocava em sacos plásticos cheios de água, fechava e entregava ao cliente. Com a água, os sacos se tornavam pesados – independente disso, ela fazia o trabalho sem auxílio. O marido continuava trabalhando com móveis. Quando o carro estava carregado ela recebeu o pagamento e o cliente foi embora. Maria Alice, com botas de borracha e as roupas com escamas de peixe, me mostrou o sítio, os tanques onde a criação acontecia e explicou porque preferia as Carpas Koi¹³ ao invés dos peixes para consumo. Ela escolheu ser criadora depois de trabalhar com vendas, fez cursos e procura informações sobre o tema na internet, com ajuda de vídeos.

Sentamos num banco na varanda de casa, e da janela se via o violão encostado na parede – Maria conta que nas horas vagas faz aulas sozinha, pela internet. A criadora é quem cuida dos animais, sabe a hora da alimentação, controla o oxigênio da água e divulga o sítio na internet, através de redes sociais ou do aplicativo WhatsApp. O marido tem o trabalho próprio, mas auxilia quando é necessário. Até então, percebemos uma visão um pouco mais independente nesta propriedade – no que se refere a relação entre o homem trabalhador e a mulher trabalhadora. Maria Alice estipula os preços dos peixes, conhece as doenças e faz o controle de mortalidade. Os dois se auxiliam em suas funções, mas o trabalho de cada um é bastante delineado. Além de participar do questionário, a produtora contou sobre as funções do dia a dia, os desafios da criação e me convidou para voltar a qualquer hora.

¹³ A carpa Koi é uma espécie de peixe utilizada para fins ornamentais, podendo ser bastante valiosa dependendo de suas cores e tamanho. Ela pode viver em tanques, aquários e lagos, compondo a decoração de ambientes.

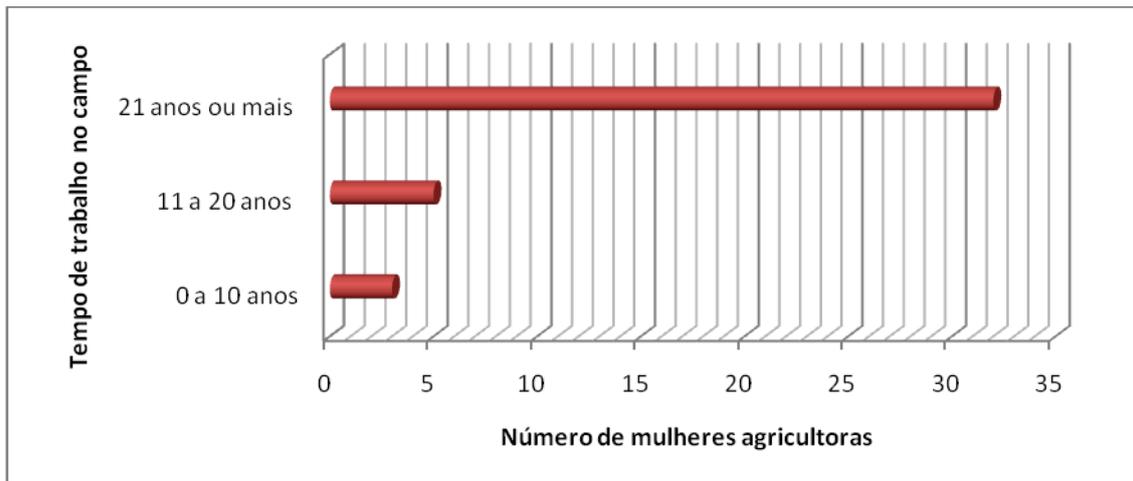
O contato com as mulheres e seu interesse em participar do trabalho foi essencial para a riqueza de informações captadas. O resultado destas primeiras visitas e alguns detalhes sobre a vida destas produtoras rurais são apresentados no tópico a seguir.

3.1 CONHECENDO AS MULHERES RURAIS

A conclusão e análise dos questionários gerou uma rica fonte de informações sobre as mulheres. Sobre o início de seu trabalho no campo, a grande maioria das participantes tem relação familiar com a agricultura. Das 40 entrevistadas, 32 afirmaram que cresceram em meio às plantações, ajudando a família desde a infância. Já existia, portanto, um histórico familiar com a agricultura e essa relação se reafirmou no momento do casamento – quando muitas vezes o marido também já vinha de uma família rural. Esse dado corrobora as informações divulgadas pelo IBGE, através do Censo Agropecuário 2017, que afirmam que no Brasil 73% dos participantes têm parentesco com o produtor rural. Em Santa Catarina este número é ainda maior: 81% dos entrevistados tem parentesco com o produtor rural, enquanto apenas 19% não tinham relação familiar. Sendo assim, essas mulheres nasceram, cresceram e se casaram no campo, onde permaneceram para criar suas próprias famílias. Quando questionadas há quanto tempo trabalham com agricultura, algumas das participantes não sabiam responder, pois suas lembranças da infância já eram ajudando os pais na plantação. “Eu trabalhava desde os cinco anos, meu pai plantava e eu ia pra roça montada a cavalo”, relata Marli Terezinha Rosa.

Este é um dos apontamentos levantados pelo questionário: a relação de tempo destas mulheres com o campo. A grande maioria delas trabalha como agricultora há mais de 20 anos - isso porque iniciaram seu trabalho ainda na infância, ajudando a família (das 40 participantes, 32 delas se enquadram nesta categoria) . Isso se comprova por meio de seus relatos: “Eu era pequena, mal podia pegar uma pá e já trabalhava. Batia arroz e cortava com uma ceifa”, relembra Irene da Silva Pereira. Além destas, há também as trabalhadoras de dois outros grupos: as que atuam na área há tempo intermediário, de 11 a 20 anos (das participantes, cinco se enquadram neste dado). E por fim, as agricultoras que podemos considerar o grupo mais iniciante na roça, com até 10 anos de experiência (apenas 3 participantes se enquadram nesta categoria).

GRÁFICO 1: RELAÇÃO DE TEMPO DAS MULHERES COM O CAMPO



Fonte: elaborado pela autora (2018)

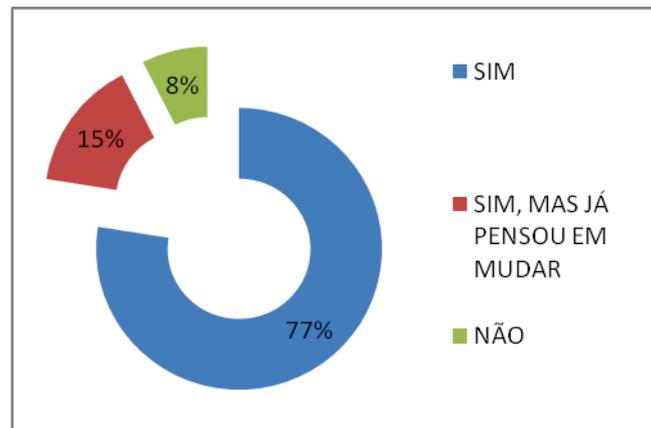
Essa divisão de grupos entre as mulheres mais experientes no campo e as menos experientes pode ser explicada por meio de outro dado informativo. Em Camboriú, existem as agricultoras de origem rural, que seguiram o caminho da família e continuaram na plantação e produção. Mas existe também, ainda que em menor quantidade, um grupo de mulheres que escolheu a vida no campo. Elas não pertenciam à uma família rural, mas por algum motivo passaram a ter envolvimento com a agricultura ao longo da vida – por vontade de iniciar um novo estilo de vida, através de mudança na carreira profissional, ou por meio do casamento (quando o esposo já era agricultor, e a mulher acaba se tornando uma também).

Algumas delas chegaram a trabalhar em outras áreas, como o comércio de peixes e a confeitaria, até que iniciaram o trabalho na roça. Existe uma diferença grande entre estes dois perfis de trabalhadoras: enquanto 84% das entrevistadas afirmam ter origem na zona rural, apenas 16% fizeram a opção de se tornarem agricultoras quando chegaram à vida adulta. Apesar de o número seja menos expressivo, ele ressalta uma vontade das famílias (e conseqüentemente das mulheres) de retornarem ao campo – um ideal que já havia sido mencionado por Silva (2009).

Ainda que a vida no campo seja difícil, como relataram as agricultoras, permanece grande a aprovação pelo trabalho rural. As mulheres que defendem o trabalho na roça garantem que existe mais liberdade de tempo, são donas do próprio horário e estão em contato com a natureza. “Eu prefiro a agricultura, a gente é independente. Não gosto de ir na feira, prefiro aqui na roça”, conta Sueli Macelai Pinheiro. Das entrevistadas, 31 disseram que preferem o trabalho no campo ao invés de qualquer outra oportunidade. Há também as mulheres que disseram gostar do campo, mas já pensaram em trabalhar em outra área, por diferentes motivos – como um serviço mais tranquilo. Do total, seis delas afirmaram que gostam do trabalho, mas trocariam de área se fosse possível. Por fim,

uma minoria afirmou que trabalha com agricultura por obrigação, pois não gosta do campo. Um total de três mulheres esclareceu que só trabalha na roça por ser propriedade da família, ou na época em que era mais jovem não tinha a opção de ir para a cidade.

GRÁFICO 2: QUANDO QUESTIONADAS SE GOSTAM DE TRABALHAR NO CAMPO



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Em relação aos produtos produzidos nestas propriedades, são muito variáveis conforme a estação do ano ou disponibilidade de sementes. Além disso, a variedade e diversidade de produção é uma das características que diferencia a agricultura familiar¹⁴. As folhagens aparecem em grande parte das propriedades, incluindo a produção de hortaliças como alface, salsinha, cheiro verde. Além desses, as agricultoras também costumam trabalhar com a plantação de banana cebola, batata, milho e aipim. Há algumas propriedades, com maior extensão territorial, que também trabalham com a plantação de arroz. Ainda destacamos a criação de animais, como vacas de leite, marreco, galinhas e a produção de peixes ornamentais. O interessante é que as agricultoras também começaram a agregar valor ao produto. Às que possuem vacas em casa, por exemplo, além do leite também fazem e vendem queijo, nata e queijo temperado. Ao invés de oferecer somente as verduras para venda, algumas também produzem conservas de pepino, couve-flor, palmito e beterraba.

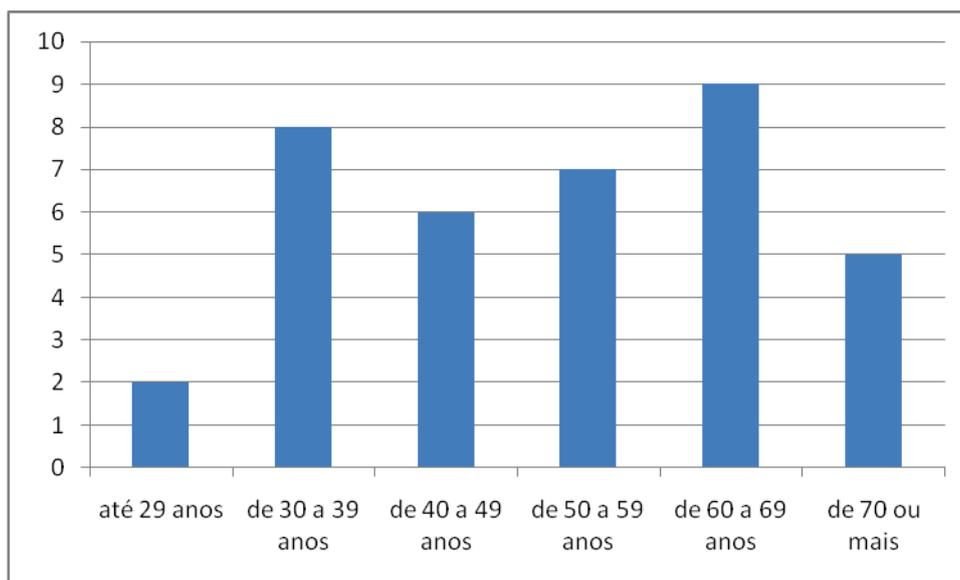
Elas ainda vão além: algumas relembram receitas de família, outras fizeram cursos de panificação e confeitaria. Com a matéria-prima produzida dentro da propriedade, algumas agricultoras fabricam pães, broas, bolachas de natal, bolos, cucas, compotas de doces e geleias de frutas. Uma das famílias entrevistadas faz essa produção há tantos anos que é conhecida na cidade

¹⁴Conforme a Lei nº 11.326/2006, é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/>, acessado em 03.06.2019.

pelos produtos e realiza, duas vezes por semana, uma feirinha à parte só com produtos coloniais – todos produzidos dentro da propriedade.

Quanto à faixa etária, pode-se dizer que as idades foram bastante distribuídas entre a mais nova, com 24 anos, até a mais velha, com 72 anos. Sendo assim, após os questionários as participantes foram divididas em grupos etários, correspondendo a sua idade. Percebe-se que o menor grupo é justamente o das mulheres mais jovens – com até 29 anos de idade. Apenas 5% das entrevistadas se enquadram nessa categoria. Essa é uma informação interessante pois levanta alguns questionamentos. Por que a maioria das mulheres agricultoras tem idade mais avançada? Que atividades estão desenvolvendo as meninas nascidas no campo, se não estão na agricultura? E mais, por que resolveram não trabalhar com a agricultura? Este trabalho não pretende responder estas perguntas, mas ressalta uma possível mudança de comportamento que vem ocorrendo na zona rural.

GRÁFICO 3:FAIXA ETÁRIA DAS MULHERES RURAIS



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Os grupos com maior incidência de agricultoras estão entre as faixas etárias de 30 a 39 anos e de 60 a 69 anos. Logo depois com 19% e 16%, respectivamente, estão as trabalhadoras com 50 a 59 anos e 40 a 49 anos. Por fim, temos o grupo das mulheres mais velhas, com 70 anos ou mais, que representam 14% das entrevistadas. O levantamento de Camboriú segue o padrão nacional, divulgado pelo Censo Agropecuário. Conforme os dados nacionais¹⁵, houve redução de participação na agricultura pelos grupos com idade inferior aos 25 anos – notamos o mesmo cenário na cidade. A

¹⁵Dados disponíveis no site: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21905-censo-agro-2017-resultados-preliminares-mostram-queda-de-2-0-no-numero-de-estabelecimentos-e-alta-de-5-na-area-total>, acessado em 11.04.2019, às 15h39min.

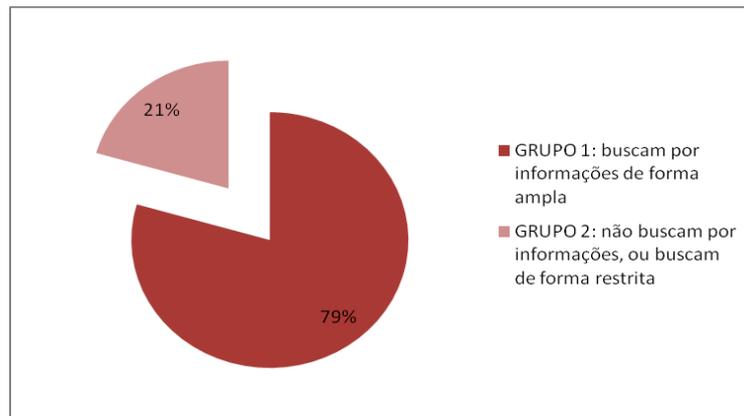
pesquisa destaca que, no Brasil, os grupos dos maios velhos aumentaram a sua participação: nota-se uma crescente nos agricultores entre idades de 45 a 65 anos (ou mais).

Já sobre sua constituição familiar, percebemos que nenhuma delas mora sozinha. A maioria, em 21 casos, vive somente com o marido, pois os filhos já saíram de casa. As situações em que a mulher vive com o marido e com o(s) filho(s) se repetiram 12 vezes. Há também os casos em que a família se modifica estruturalmente. Uma das agricultoras mais jovens por exemplo, vive com o pai e a avó. Há também o relato de duas mulheres idosas e viúvas, ambas vivem com os filhos e suas famílias.

Após a análise geral sobre o perfil das mulheres do campo, também entramos na questão do acesso à informação e práticas de comunicação e dispositivos midiáticos. Com base nas respostas, constatamos a existência de dois grupos principais em relação à busca por informações: as agricultoras que se preocupam com as novidades, querem saber o que acontece com as pessoas ao seu redor, com a comunidade e a cidade. E ainda que seja minoria, há também as mulheres que não buscam informação, não se interessam pelos acontecimentos que ocorrem em seu entorno, ou então até se preocupam com as notícias e novidades, mas estas chegam de forma bastante restrita, somente através da família e vizinhos por exemplo.

Para chegar nesta divisão, perguntamos às participantes que de maneiras elas buscavam por informações caso quisessem saber o que ocorria na sua comunidade, sua cidade ou mesmo no mundo. Para a resposta foram oferecidas diversas opções de mídias, desde a imprensa tradicional como rádio e televisão, até a família, vizinhos, órgãos municipais e aplicativos de celular. Ao todo, as participantes podiam escolher até 20 opções. A maioria delas assinalou três opções ou mais, foram estas destacadas no Grupo 1 – mostrando interesse por novas informações, o uso das mídias tradicionais, mas também conectadas com as tecnologias digitais (com a utilização das redes sociais, por exemplo). Entretanto, algumas agricultoras não se mostraram preocupadas com a busca por notícias, nem informações gerais – é o caso do Grupo 2. Foram selecionadas para este grupo as mulheres que escolheram até duas opções dentre as disponíveis no questionário.

GRÁFICO 4: DIVISÃO DE MULHERES POR INTERESSE EM NOTÍCIAS



Fonte: elaborado pela autora (2019)

No Grupo 1 entendemos que as mulheres são mais interessadas por informações pela forma como buscam por estas. Como mencionamos, além das mídias consideradas tradicionais elas utilizam também a internet e seus recursos na procura por notícias ou novidades de seu interesse. O jornal online foi mencionado 8 vezes, por exemplo. Já o Facebook foi citado 10 vezes como fonte de informações. O aplicativo Whatsapp se mostrou bastante presente no cotidiano das mulheres – foi mencionado 16 vezes. Entretanto, o meio mais mencionado tanto pelas mulheres do Grupo 1 quanto as do Grupo 2 foi a família. No total, a família foi mencionada 26 vezes – comprovando a importância do círculo familiar na propagação das informações e também a relação de confiança existente entre os familiares – ou seja, o que é dito pela família parece ganhar mais credibilidade.

Um ponto destacado no questionário foi a relativa falta de interesse das agricultoras por informações relacionadas à sua própria área de trabalho. Tanto no Grupo 1, quanto no Grupo 2, poucas mulheres demonstraram interesse nas notícias e outros conteúdos midiáticos relacionadas ao campo. Do total das entrevistadas, apenas 8 agricultoras disseram que buscam por notícias do segmento em jornais, revistas ou sites. Entre os meios do segmento citado pelas trabalhadoras estão o programa Globo Rural, Canal Rural, páginas específicas do segmento no Facebook e busca por notícias no Google. A maioria delas, porém, não demonstra interesse na área. Uma das entrevistadas, inclusive, mencionou que não busca por notícias do segmento pois seu pai (o dono da propriedade) tinha essa função.

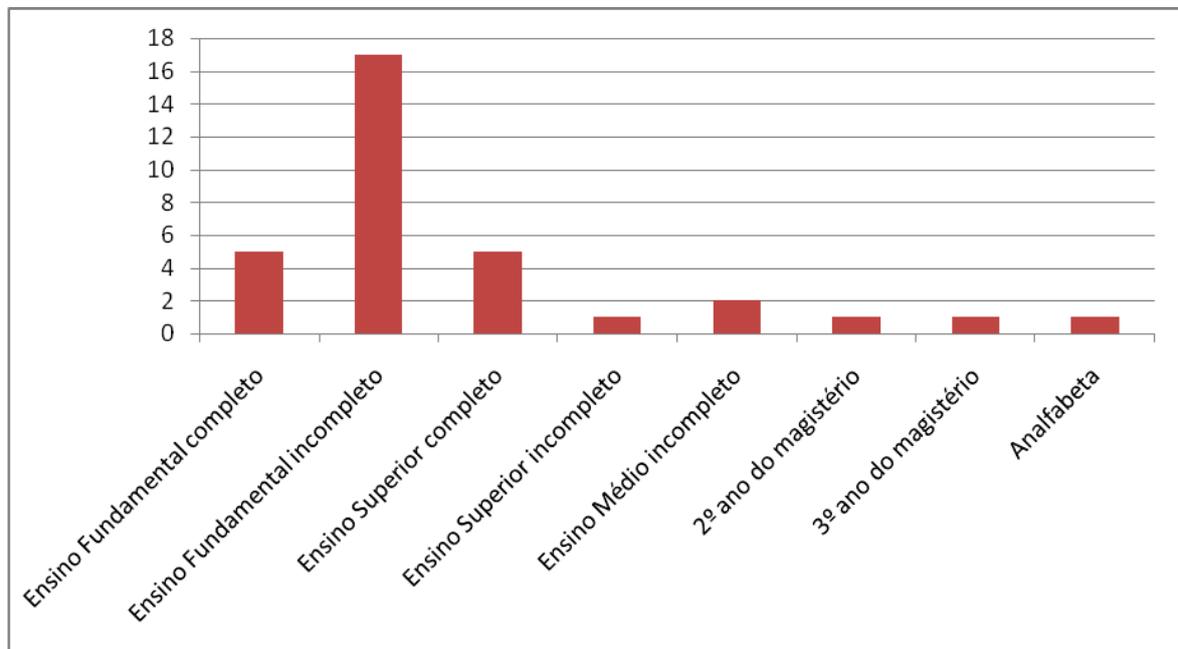
Já em relação ao Grupo 2, foram selecionadas as mulheres que, dentre as 20 opções escolheram somente um, ou no máximo dois meios. Uma das participantes, inclusive, não escolheu nenhuma opção e afirmou que “não me interessa por novidade, não quero saber de nada, eu cuido da minha vida” (Maria Inês Gonçalves). Essa falta de escolhas em meio a tantas opções também é um dado significativo. Com acesso a tantos meios diferentes para comunicação e informação, é

interessante verificar que algumas delas simplesmente optam por não se informar. Ou ainda: até se mantêm informadas, mas essas novidades ou notícias chegam por meios ainda restritos – somente através da família, ou vizinhos. Algumas ainda assinalaram a televisão como opção de fonte. Ainda assim, consideramos que as opções restritas podem limitar a quantidade – e qualidade – das informações. Em meio a tantas ofertas um questionamento por ser levantado: quais razões levam estas agricultoras a não se interessarem pelo que acontece ao seu redor? Nenhuma resposta simples poderia responder esta pergunta, porém, com base nos próprios questionários, pode-se pressupor que estas mulheres estão mais voltadas para os afazeres domésticos e no campo do que no interesse pelas informações. Além disso, algumas também têm a opinião de que o conteúdo midiático muitas vezes é violento – o que pode ser mais uma justificativa para a falta de interesse.

A falta de interesse por informações pode estar relacionada, também, com o nível de estudo das mulheres. De maneira geral, as participantes avançaram pouco no que se refere à educação formal. Por falta de acesso na época ou pressão familiar, a grande maioria chegou somente até o ensino fundamental, o que representa 59% das participantes. Somente cinco agricultoras concluíram o ensino superior – e todas elas fazem parte do Grupo 1 (ou seja, interessadas por notícias e informações). Três delas cursaram Administração, uma Direito e a última Gestão Ambiental. Há ainda os casos de trabalhadoras que cursaram o antigo Magistério (talvez com a intenção de se tornarem professoras), e uma situação de uma participante ainda cursando o Ensino Superior. Esses dados se refletem também no cenário nacional divulgado pelo IBGE¹⁶. A grande maioria dos entrevistados, aproximadamente 47%, incluindo os produtores homens, teve oportunidade de estudar somente até o Ensino Fundamental. São poucos os casos de trabalhadores rurais que concluíram um curso de graduação, cerca de 5% dos entrevistados.

¹⁶Link da pesquisa do IBGE 2017: https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/produtores.html?localidade=42, acessado em 04.04.2019, às 19h50min.

GRÁFICO 5: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DAS ENTREVISTADAS

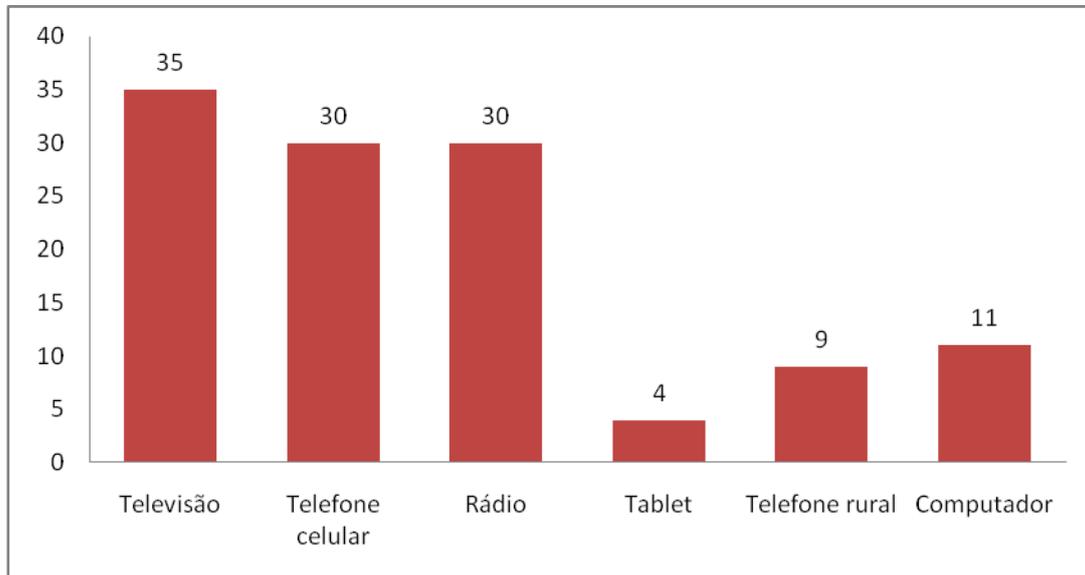


Fonte: elaborado pela autora (2019)

O levantamento de que as mulheres do Grupo 2 possuem baixa escolaridade também pode ser um indicativo de sua falta de interesse pelas informações. Dentre as mulheres deste grupo, por exemplo, o máximo de escolaridade registrada foi de ensino fundamental completo. Somente este levantamento não seria um dado completo, já que muitas mulheres do Grupo 1 também possuem o mesmo nível de escolaridade. Porém, o que diferenciou estes dois perfis no momento do questionário foi, em algumas situações, o posicionamento das mulheres diante do estudo. Uma das participantes, por exemplo, afirmou ter sido expulsa da escola com 8 anos e “não suporta ler”. Em uma segunda fala, uma trabalhadora classificada como semi-analfabeta afirma que aprendeu a ler, mas não sabe escrever. Por fim, uma terceira participante do Grupo 2 se declarou analfabeta.

Sobre o acesso das mulheres aos diferentes tipos de mídia, constatamos que 100% delas têm acesso a algum tipo de dispositivo midiático – ou seja, nenhuma delas é totalmente isolada. Quando questionadas sobre os eletroeletrônicos que possuíam em casa, a televisão foi o aparelho com maior presença. O que levanta um dado curioso – apesar de nem todas as 40 agricultoras afirmarem que assistem televisão, 35 delas disseram que possuem o objeto no lar. Em seguida, o telefone celular e o rádio aparecem empatados, ambos mencionados 30 vezes. O objeto com menos presença no cotidiano das mulheres é o tablete, citado apenas 4 vezes – e ainda assim, por agricultoras que possuíam filhos, o que deixa a entender que o aparelho é utilizado de forma familiar.

GRÁFICO 6: ELETROELETRÔNICOS MENCIONADOS PELAS MULHERES RURAIS

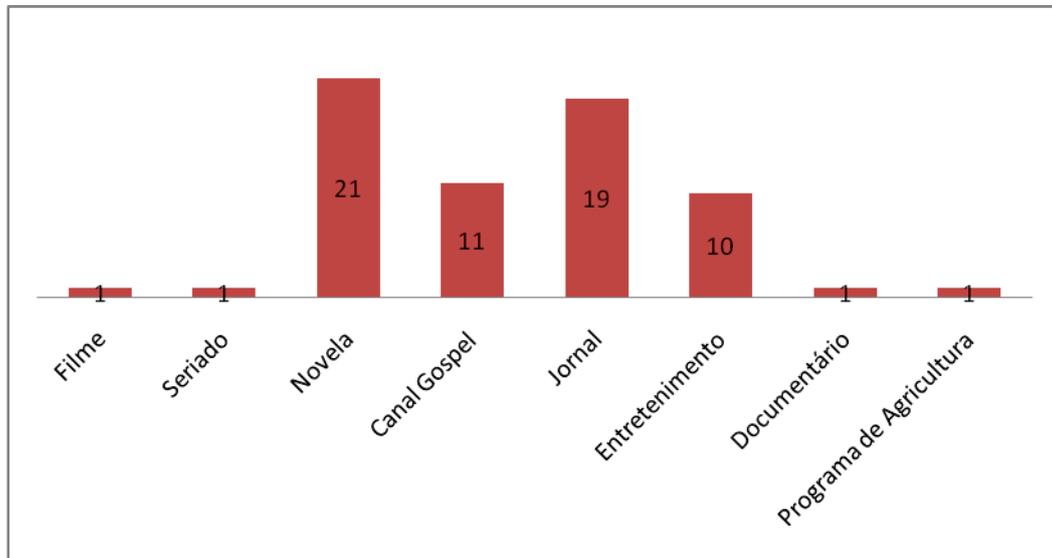


Fonte: elaborado pela autora (2019)

Sobre a televisão, o objeto mais citado pelas mulheres, também foi questionado sobre os hábitos de assistir aos programas. Em relação à frequência, 20 agricultoras disseram que assistem à TV todos os dias, 11 afirmaram que assistem, mas não todos os dias, e 3 disseram que não assistem à televisão. Dentre as agricultoras que têm o hábito de ver televisão, foi possível destacar algumas preferências. A telenovela é o gênero mais procurado pelas trabalhadoras, 21 delas afirmaram que acompanham as sagas televisivas em diferentes emissoras, como Globo, SBT e Record. Além disso, 19 mulheres afirmaram que acompanham os telejornais, as emissoras mencionadas foram Globo e SBT – geralmente os jornais são assistidos entre os intervalos das novelas. Um levantamento interessante destacado no gráfico foi a preferência das entrevistadas por canais religiosos, como a TV Aparecida ou Canção Nova. O segmento foi mencionado de forma expressiva, 11 mulheres afirmam que assistem à sua programação. Elas mencionam os canais de forma genérica, não chegam a citar o nome de nenhum programa específico. Ainda assim, o canal chama a atenção das trabalhadoras, que algumas vezes se referem a ele como “o canal do padre”.

Outro dado interessante mostra que as mulheres também têm o hábito de assistir programas de entretenimento, como culinária, dicas de saúde, cotidiano e entrevistas com famosos. Um dos programas bastante mencionados, por exemplo, foi o Bem-Estar da rede Globo, e Casos de Família do SBT. Por fim, também destacamos a falta de interesse das agricultoras para os programas voltados dentro de sua própria área de trabalho. Apenas uma delas mencionou que assiste programas do segmento agrícola. O mesmo se repetiu com os gêneros de filmes, seriado e documentário, mencionados apenas uma vez pelas trabalhadoras.

GRÁFICO 7: PREFERÊNCIAS DAS MULHERES PELOS PROGRAMAS TELEVISIVOS



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Vale destacar que, apesar de as mulheres selecionadas como Grupo 2 terem demonstrado falta de interesse pelas notícias e afirmado que recebem informações apenas através de poucas fontes, a maioria delas declarou que assiste televisão. Ainda assim, os programas mencionados por estas mulheres são do gênero de entretenimento, telenovela ou o canal religioso. Os programas jornalísticos foram mencionados apenas por uma das agricultoras do grupo.

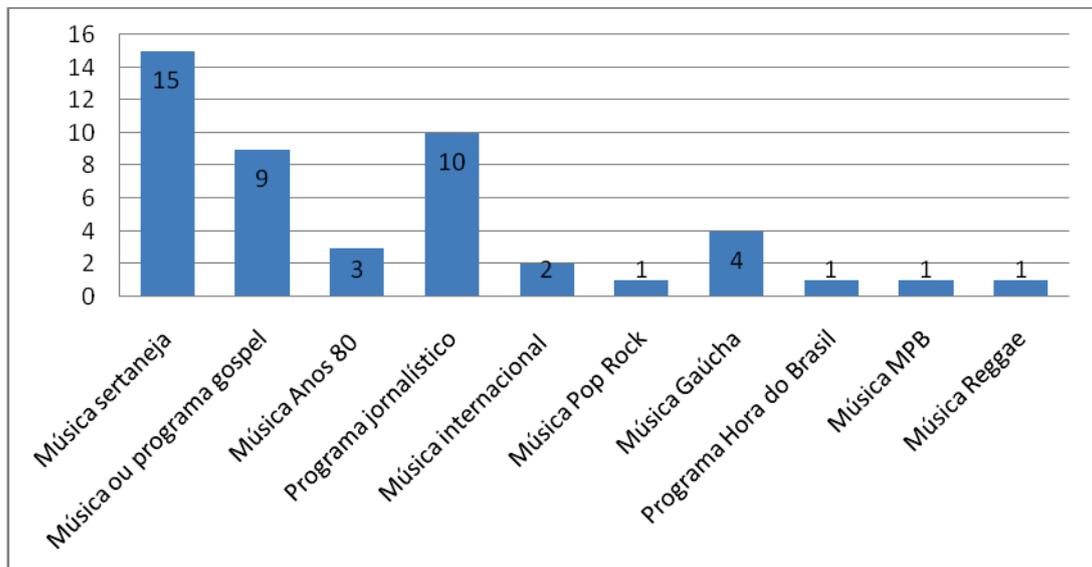
Sobre o hábito de ler jornais impressos, a grande maioria delas (29 participantes) afirmou que não acompanha nenhum tipo de veículo. Isso, porém, pode se justificar pela falta de acesso aos jornais. Atualmente, Camboriú possui apenas dois jornais impressos, ambos com circulação semanal, e nenhum deles faz a distribuição para o interior da cidade. Cinco agricultoras afirmaram, inclusive, que ocasionalmente, quando vão até a cidade fazem a leitura dos jornais. Por fim, duas agricultoras afirmaram que não lêem jornais, mas sim o livreto distribuído pela igreja. Os livros, aliás, também não apresentaram significativa menção dentro do grupo de mulheres. Quando questionadas, apenas uma delas afirmou que tinha o hábito de ler livros de literatura, dos gêneros de romance ou biografias, por exemplo. Apesar das agricultoras afirmarem que não gostam de ler livros, 10 das participantes têm o hábito de ler a Bíblia ou livretos com temas religiosos. Três destas mulheres, inclusive, fazem parte da seleção nomeada como Grupo 2 – ou seja, de maneira geral elas não têm o hábito da leitura e não procuram por informações, mas gostam de ler a Bíblia.

A religião se mostra presente também na hora de ouvir o rádio. Dentre todas as categorias selecionadas pelas agricultoras, a opção de música ou programa religioso ficou em terceiro lugar, sendo mencionada nove vezes pelas agricultoras. O primeiro questionamento envolvendo o rádio

teve o objetivo de descobrir com que frequência as mulheres têm acesso e interagem com o aparelho. A partir daí se constatou que 13 delas deixam o rádio ligado e escutam o dia inteiro – como um companheiro para as horas de trabalho. Três delas afirmaram que deixam ligado por força do hábito, para ter um som durante os afazeres. Sete das participantes afirmaram que escutam o rádio, mas não todos os dias e uma delas disse que não tinha o aparelho em casa. Por fim, sete agricultoras disseram não ouvir rádio pois não gostam da programação, ou por acharem que faz muito barulho.

Entretanto, das mulheres que escutam rádio, podemos avaliar que boa parte delas prefere os programas de música. Prova disso é que o gênero sertanejo foi mencionado 15 vezes pelas trabalhadoras. Apenas em segundo lugar é que se encontram os programas jornalísticos, mencionados 10 vezes- ainda assim consideramos um número representativo dentro da pesquisa. Na terceira posição está o estilo religioso (como já citado anteriormente) seguido de diferentes estilos musicais. Vale ressaltar que uma das participantes também mencionou que é ouvinte do programa Voz do Brasil, além dos programas de música.

GRÁFICO 8: PREFERÊNCIA DAS AGRICULTORAS POR PROGRAMAS DE RÁDIO



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Dentre as mulheres entrevistadas, percebemos que as agricultoras do Grupo 2 não mencionaram em nenhum momento que ouvem o rádio em busca de notícias ou informações. Três delas, inclusive, afirmaram que não gostam do meio e uma quarta participante afirmou que não tinha o aparelho em casa. Já as demais ligam o rádio para ouvir músicas sertaneja, gaúcha ou religiosa.

Já em relação às revistas, também não se nota o interesse das mulheres – assim como acontece com os livros. No total, 89% das entrevistadas disseram não ler publicações do tipo.

Quatro delas afirmam que gostam de revistas, mas ainda assim nenhuma das agricultoras mencionou as revistas do segmento de trabalho. Os temas de interesse são entretenimento (principalmente publicações que falem de famosos), artesanato e moda. Uma das participantes comentou que tinha coleção de revistas de receitas – mas o hábito acabou com a chegada da internet. Todas as mulheres que disseram gostar de revistas faziam parte do Grupo 1, que busca mais por informações e notícias. Nenhuma mulher selecionada como Grupo 2 tem o hábito de ler essas publicações.

Por fim, também foi questionado às agricultoras sobre o uso da internet em suas rotinas. Conforme o levantamento, a maioria delas faz uso da internet através dos smartphones. Apesar de os números serem bastante parelhos, 56% afirmaram que usam a internet, contra 44% que disseram não ter acesso. O interesse crescente pela internet foi destacado também no Censo Agropecuário 2017. Somente em Santa Catarina, por exemplo, cerca de 92 mil estabelecimentos contam com o acesso à internet. No Brasil, desde o último Censo Agropecuário realizado há doze anos, o acesso à rede cresceu 1.790%¹⁷, são mais de 1,4 milhão de produtores rurais conectados. Vale ressaltar ainda que dentre as mulheres que admitiram fazer uso da tecnologia em Camboriú, a grande maioria delas faz parte do Grupo 1. Dentre as profissionais do Grupo 2, somente uma delas utiliza a internet, admitindo ainda que não possui Wi-Fi em casa, mas usa a rede do vizinho para se conectar. Poderíamos justificar que a falta de acesso à internet, ou falta de interesse, ocorra devido à geografia da cidade e a impossibilidade de conexão. Porém, esclarecemos que as mulheres que disseram não ter acesso à rede residem em áreas onde já existem opções de conexão via satélite, rádio ou antena.

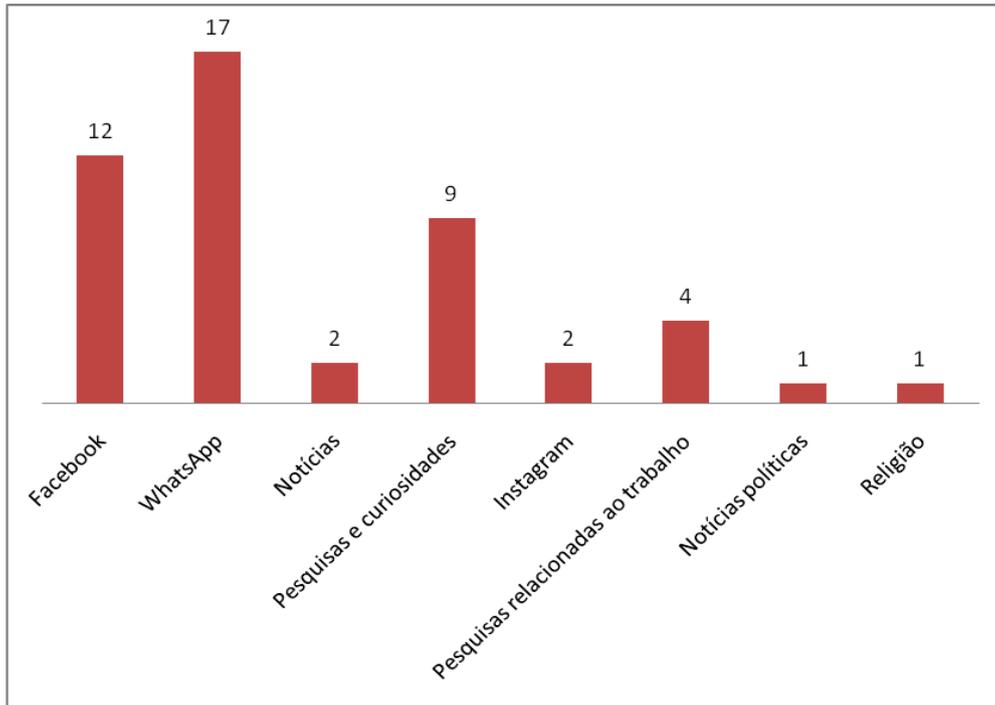
Dentre as trabalhadoras que fazem o uso do meio, destacamos que a grande maioria delas utiliza a ferramenta para entretenimento ou comunicação com a família e amigos. O aplicativo WhatsApp foi o mais mencionado entre as entrevistadas, sendo utilizado por 36% das agricultoras. A sua finalidade é bastante variada, é utilizada para comunicação entre amigos, família (através dos grupos) e alguns casos também mencionada como ferramenta de trabalho. O Facebook, mencionado por 25% das agricultoras, também tem presença constante entre elas. Na grande maioria das vezes é utilizado como forma de entretenimento, porém, algumas das mulheres também se mantêm informadas através das notícias que são compartilhadas nesse site de rede social.

Em terceiro lugar como finalidade da internet estão as pesquisas relacionadas a temas gerais e curiosidades, como cuidados com as plantas, receitas culinárias e dicas de artesanato. Destaca-se que as buscas relacionadas com o trabalho, como informações e novidades da agricultura, ou os

¹⁷Link da matéria: <https://g1.globo.com/economia/agronegocios/globo-rural/noticia/2018/07/29/acesso-a-internet-no-campo-cresce-1790-nos-ultimos-12-anos-diz-ibge.ghtml>, acessado em 02.04.2019, às 10h19min.

sites de notícias e conteúdo jornalístico não estão entre as prioridades das agricultoras. Eles são mencionados apenas entre 8% e 4% das agricultoras, respectivamente. Também ressaltamos que algumas participantes ainda mencionaram o uso da internet na busca de notícias sobre política e religião.

GRÁFICO 9: USO DA INTERNET PELAS MULHERES RURAIS



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Todos estes usos e interesses levantados através do questionário foram mencionados exclusivamente pelas agricultoras do Grupo 1. A única agricultora do Grupo 2 que admitiu o uso da internet o faz unicamente para ter acesso ao aplicativo WhatsApp. Podemos resumir, portanto, que todas as buscas são de interesse das agricultoras que têm mais preocupação com as informações e a comunicação, de maneira geral.

A partir da análise dos questionários, o próximo passo foi retornar ao campo para as entrevistas com as mulheres rurais. Lembrando que nesta etapa também utilizei o uso de técnicas e instrumentos, como a observação e os diários de campo. Para a segunda etapa da pesquisa foram selecionadas sete mulheres – para esta seleção, levamos alguns pontos em consideração, como a localidade onde residem (buscamos agricultoras de diferentes regiões) e estarem atuantes no trabalho como agricultoras. As sete mulheres fazem parte dos dois grupos destacados durante a análise: quatro pertencem ao grupo 1 e três pertencem ao grupo 2. O objetivo desta seleção foi de contemplar mulheres de diferentes perfis, com diferentes idades e, também, diferentes perspectivas sobre a comunicação e as informações ao seu redor.

4 DIA A DIA E O CONSUMO DAS MULHERES RURAIS

Para iniciar a segunda etapa da pesquisa, primeiramente foram selecionadas sete mulheres rurais com base nos dois grupos destacados durante a etapa exploratória: cinco do grupo 1 e duas do grupo 2 (esta seleção foi baseada na proporção de mulheres identificadas em cada grupo). Vale reforçar, ainda, que dentre o grupo 1, duas mulheres foram escolhidas por trabalharem na feirinha rural - como forma de representar estas trabalhadoras. Para ampliar o máximo possível de perfis da amostra, consideramos alguns fatores para a seleção das entrevistadas como idade, nível de escolaridade, e estar ativa no trabalho como produtora rural. Antes mesmo de realizar a entrevista, partimos da premissa de que o consumo de mídia interfere (direta, ou indiretamente) na construção da realidade das mulheres rurais. Já no campo, foi possível perceber os meios mais consumidos por essas mulheres e outros temas que se destacaram durante a pesquisa exploratória, como religiosidade, trabalho no lar e seu reconhecimento como produtora rural.

Em maior ou menor grau, todas as mulheres têm contato com meios midiáticos ou meios mediadores de informação. As entrevistas iniciaram no final de novembro de 2018 e encerraram em dezembro do mesmo ano. As visitas foram feitas no local de trabalho das mulheres: na feirinha de produtos coloniais ou em suas residências, em localidades do interior de Camboriú. O objetivo destas visitas foi de iniciar as entrevistas de forma particular e entender suas formas de pensar e seu relacionamento com o consumo de mídia. É importante ressaltar que, além de consumo midiático, os temas que afloraram durante a pesquisa exploratória também foram retomados. Questões como o posicionamento diante da família, o "ser esposa e mãe" e as percepções no trabalho do campo também foram abordadas nos encontros.

As entrevistas duraram mais ou menos tempo, conforme a personalidade e as respostas de cada participante. A seguir apresentaremos cada uma das participantes e a experiência da entrevista. Iniciamos, portanto, com as mulheres que trabalham na feirinha de produtos coloniais. Depois passaremos para as trabalhadoras do campo.

4.1 ENTREVISTA DA FEIRINHA DE PRODUTOS COLONIAIS

As sete mulheres que participaram das entrevistas em profundidades carregam características distintas e experiências de vida que ajudaram a construir esta pesquisa. Para apresentar um pouco mais sobre cada uma delas, foram produzidos textos individuais inspirados na

técnica jornalística de perfil – um estilo que sempre conta com a presença fundamental de personagens. Conforme Vilas Boas (2003), essa modalidade dá atenção “às narrativas sobre as vidas de indivíduos ou grupos sociais, visando humanizar um tema, um fato ou uma situação contemporânea” (VILAS BOAS, 2003, p. 16). Ainda conforme o autor, a narrativa de um perfil está atada ao sentimento de quem participa. A produção dos textos, portanto, nada mais é do que um produto gerado diante da aproximação e contato com as mulheres, entre as entrevistas em profundidade.

FOTOGRAFIA 1 - FEIRA DO PRODUTOR RURAL



A feirinha acontece todas as quartas-feiras, no Centro de Camboriú. FONTE: a autora (2018)

4.1.1 Juraci Passos Coppi Schaeffer

A entrevista com a trabalhadora Juraci Passos Coppi Schaeffer, de 58 anos, foi realizada no dia 14 de novembro, no Centro de Camboriú. Vale lembrar que, de acordo com nosso questionário, ela faz parte do grupo 1 - mulheres que se interessam por comunicação. Juraci produz biscoitos, tortas, pães e outros produtos, tirando a matéria-prima do seu sítio - que fica no bairro Rio do Meio. A feirinha acontece todas as quartas-feiras (no Centro) e aos sábados (no bairro Monte Alegre). Juraci trabalha nas duas, todas as semanas. As barracas abrem cedo, às 6 da manhã já estão em funcionamento. A ida até o local não é difícil, já que a feirinha é montada numa das ruas centrais, com calçamento e fácil estacionamento. A rua não é fechada, os carros continuam passando durante a manhã, mas o fluxo de motoristas diminui bastante no momento da feirinha. No dia da entrevista

fazia um tempo ensolarado, com temperatura agradável. Juraci vestia uma bermuda comprida, na altura dos joelhos, e uma sandália confortável que permitia se locomover com facilidade dentro da barraca.

A produtora trabalha junto com uma colega nas vendas. Com o cabelo preso para manusear os alimentos, Juraci faz as vendas, recebe o pagamento e dá o troco. Todo o trabalho é dividido entre as duas. De vez em quando ela arruma o óculos vermelho no rosto, para conferir os pagamentos e fazer leituras dos rótulos. Na banca também são vendidos produtos alternativos para quem tem intolerância ao trigo. Quando passa algum cliente, ela aponta e explica que os produtos "são sem glúten". Juraci fez cursos de panificação e aprendeu a cozinhar esses produtos diferenciados. Mas reforça que não podem ser consumidos por alérgicos, somente por intolerantes. Isso porque, se a pessoa é alérgica, o caso é mais grave e a cozinha e os instrumentos devem ser totalmente separados, e nunca ter contato com o glúten. Isso significa que ela deveria ter outro espaço, com outro material e forno para produzir os alimentos especiais - o que não é viável para a produtora.

Juraci tem o sotaque carregado dos chamados "nativos" de Camboriú. No meio da conversa solta palavras como "apara", "nega" e corta o plural das frases (o que é bastante comum entre os moradores): "nós fomo", "nós podemo" etc. Bastante jovial e com simpatia, a entrevista teve de ser interrompida algumas vezes para que ela atendesse aos clientes. Uma das paradas foi para conversar com duas amigas que passavam pela feira. Juntas, as três falavam sobre planos de viagem e uma excursão que seria realizada para o Paraguai. As amigas discutiam qual seria a melhor excursão e quais as vantagens de cada guia turístico. De acordo com elas, o seu "Aldo" queria mudar a data da viagem para depois do Natal - o que não seria vantajoso, pois quem vai para o Paraguai depois do Natal? Existe também outra guia, chamada "Dete", que vinha programando outra viagem e, de acordo com a conversa, o ônibus dela era mais confortável e os "rapazes" carregavam a mala, não precisa colocar a mão em nada. No fim, ficou decidido que uma delas iria cancelar a viagem com o Aldo.

FOTOGRAFIA 2 - JURACI PASSOS COPPI SCHAEFFER



Juraci prepara os biscoitos que serão vendidos na feirinha em casa, na fábrica. FONTE: a autora (2019)

A manhã segue na feirinha e Juraci senta-se novamente, para responder à entrevista. Quando os clientes chegam, ela faz propaganda dos produtos, explica os ingredientes, diz que são "novinhos". Juraci é bastante comunicativa, tanto para responder as perguntas como quem passa na rua. Ela cumprimenta e conversa com os conhecidos. Com um volume de voz elevado, conversa algumas vezes com um comerciante que vende pastel e caldo de cana na barraca ao lado. Ela usa brincos, tem os cabelos pintados de castanho-avermelhado e, na mão, usa sua aliança de casamento e outros anéis. Devido às interrupções, a entrevista acabou levando mais tempo do que o comum. Enquanto ela conversava ou fazia os atendimentos, eu aguardava sentada em um banquinho dentro da barraca.

Próximo ao horário do meio-dia, o marido de Juraci chega à feirinha. Ela me apresenta o esposo e conta a ele que estava dando uma entrevista. Ele chega para ajudar a recolher os produtos que não foram vendidos e carregar no carro - já que ela não dirige. Na hora da despedida, Juraci é atenciosa e diz que se precisar de mais alguma coisa, é só voltar.

4.1.2 Marli Medeiros Geraldo

A entrevista com dona Marli Medeiros Geraldo, de 62 anos, aconteceu no dia 28 de novembro, também na feirinha. Assim como Juraci, Marli também faz parte do grupo 1. Sempre na companhia do marido, os dois trabalham juntos na feira e durante a entrevista ela fez uma pausa nos atendimentos. Enquanto eu observava o trabalho, foi possível perceber que os dois fazem as mesmas atividades: atendem os clientes, fazem cobranças, dão o troco, explicam sobre os produtos.

Marli tem o jeito mais tímido e fala com a voz baixa, embora trate os outros amavelmente. Tem estatura baixa, usava uma bermuda comprida cor de rosa, e uma blusa floral. Tem os cabelos curtos e ondulados e se movimenta com agilidade dentro da barraca. Se não alcança algum produto que está pendurado, ela pede a ajuda do marido. No seu espaço de trabalho não havia lugar para sentar, então fizemos a entrevista em pé. Em alguns momentos, enquanto ela atendia, aguardei sentada nos caixotes de madeira.

FOTOGRAFIA 3 - MARLI MEDEIROS GERALDO



Dona Marli organiza os produtos no estande. Ela vende frutas e legumes. FONTE: a autora (2018)

Marli exibia as verduras para os clientes, que ela tanto gosta de plantar e colher. Neste dia, acabou quase tudo na bancada. Isso porque existe uma divisão de produtos entre os participantes da feirinha. Além do casal, uma outra produtora leva legumes e verduras frescos para a venda. Porém, neste dia ela não foi. Durante a entrevista, Marli reclamou da falta da colega, disse que tinha plantas que poderiam ser comercializadas em casa, mas não traz pois existe um combinado entre os

vendedores. A outra agricultora deveria avisar quando vai faltar, assim Marli poderia vender mais dos seus produtos. Como ela explica, a colega é nova nas vendas da feirinha, na época da entrevista participava há cerca de dois meses. Mas o hábito de faltar sem avisar virou costume, como Marli reclama. Ela relatou, ainda, que o pessoal da organização já foi avisado, mas não adianta. Além de não vender seus produtos, os clientes ficam chateados quando chegam na feirinha e não tem mais o que gostariam de comprar.

Apesar da reclamação e de parecer chateada com a situação, Marli não altera o tom de voz e continua falando de maneira calma. Mesmo que aparente ser um pouco mais retraída, Marli conversa sobre diversos assuntos, sempre com tranquilidade e de forma pouco expansiva. Ela fala de um jeito carinhoso, sempre usando termos como querida, ou minha filha nas respostas. Como o marido trabalha junto, algumas vezes ele também participa (ou chega a interromper as respostas). Em alguns momentos enquanto eu fazia a pergunta, ela respondia e olhava para ele. Ambos comentaram que são muito parceiros um do outro, onde um vai, o companheiro sempre está junto. Talvez por isso ela voltasse o olhar para ele de vez em quando, em busca de uma aprovação nas respostas ou para conferir o que ele estava fazendo.

FOTOGRAFIA 4 - A PRODUTORA MARLI E SUAS CONSERVAS



Acompanhada do marido, Marli vende seus produtos expostos na bancada. FONTE: a autora (2018)

4.2 ENTREVISTAS NO CAMPO

As entrevistas no campo aconteceram na residência ou local de trabalho das mulheres. Os textos sobre as trabalhadoras seguiram o mesmo modelo utilizado para as que trabalham na feirinha – utilizando as técnicas de perfil. As visitas nas propriedades ocorreram sempre mais do que uma vez, sendo que em alguns momentos fui acompanhada, em outras agendei o encontro e fui sozinha.

4.2.1 Maria Alice de Souza

A primeira visita no campo foi realizada na tarde do dia 27 de novembro, na localidade do Braço. Na entrada do sítio é possível ver as lagoas de piscicultura e, logo mais ao lado direito, a fábrica de móveis rústicos de madeira. Do lado de dentro da porteira, dois bezerros recebem o carro - eles pastam a grama ao redor das lagoas. O caminho até a localidade do Braço é por estrada de chão, pelo interior de Camboriú.

Na varanda da casa, Maria Alice de Souza, de 46 anos, nos recebe. Ela também faz parte do grupo 1 de mulheres rurais. Nesta entrevista, fui acompanhada de Sílvio Mathias, presidente do Sindicato dos Produtores Rurais de Camboriú. Ela abre uma segunda porteira que dá acesso à casa, calçando botinas, uma calça legging floral e uma camiseta larga. Com o cabelo preso e sem joias, ela estava fazendo o serviço doméstico quando cheguei. Alice, como é chamada, oferece um banco na varanda e uma jarra com água gelada. Faz um dia de sol, e os aeradores da lagoa em frente à casa estão ligados, formando um chafariz na água. Começamos a entrevista, Alice se senta em frente ao banco, numa mesa de centro. Todos os móveis são rústicos e foram produzidos pelo marido dela.

FOTOGRAFIA 5 - MARIA ALICE DE SOUZA



Maria Alice empacota os peixes e coloca oxigênio no saco, preparando para a venda. FONTE: a autora (2018)

Alice é bastante comunicativa e gosta muito de conversar. Tem o hábito de repetir algumas informações duas, ou até três vezes, quando responde uma pergunta. As janelas da casa estão abertas, do lado de fora é possível ver a televisão e o computador, ambos desligados. Também tem um violão encostado à parede - ela gosta de tocar o instrumento nos encontros da igreja. Alice tem o temperamento muito simpático e se expressa muito bem. Sempre tem uma resposta longa para todas as perguntas, vacila apenas quando questionada se tem filhos. A resposta é curta: não.

Alice é alegre, reflete bastante a cada resposta e dá gargalhadas durante a conversa. Algum tempo depois, seu marido chega de carro. Ela pede licença, interrompe a entrevista e vai até a porteira abrir os portões para ele entrar. Ele chega e se senta junto conosco na varanda. A conversa continua, independente de sua presença. Seu esposo não conversa tanto quanto Alice, ele não interfere na entrevista. Talvez porque Silvio também estivesse presente, ele se senta na varanda e fica conversando com o colega.

Mais de uma hora de entrevista, encerramos as perguntas. Alice é muito solícita, convida para retornar quando quiser e se coloca à disposição para ajudar.

FOTOGRAFIA 6- MARIA ALICE DE SOUZA



Maria Alice oferece ração aos peixes que estão em fase de crescimento na lagoa. Dependendo da estação do ano, eles comem mais ou menos quantidade. FONTE: a autora (2018)

4.2.2 Maria Alice Teixeira

Saindo da casa de Alice, fomos até o sítio onde mora Maria Alice Teixeira, de 61 anos, na localidade de Areia Vermelha. Maria Alice, ou dona Alicinha, como é conhecida, tem estatura baixa, usa óculos de grau e anda sempre com um coque no cabelo. Ela também foi selecionada como uma das mulheres que fazem parte do grupo 1. Talvez por frequentar à Assembleia de Deus, Alicinha não apresenta muita vaidade, não pinta os cabelos (já grisalhos), não usa joias nem esmalte nas unhas. Com um vestido abaixo dos joelhos e cobrindo os ombros, ela nos oferece um café, na mesa da cozinha.

Alicinha serve dois tipos de bolo, bolacha de Natal, geleia e café, tudo preparado por ela. Ela conta que fez as bolachas de Natal, mas quem pintou foi a filha. A entrevista inicia na hora do café. A princípio, Alicinha parece ser tímida, fala baixo, sorri pouco. Fala sempre mexendo e olhando para as mãos. Depois de alguns minutos de conversa, entretanto, ela se senta à mesa e começa a dar opiniões mais incisivas sobre alguns assuntos. Por exemplo, falou sobre o fato de o homem trabalhar dentro de casa, como era na sua época e como é agora - as diferenças que nota entre seu filho e seu marido. Passados os minutos iniciais de timidez, ela se mostra muito atenciosa com as visitas e orgulhosa de seu sítio e sua produção.

FOTOGRAFIA 7 - MARIA ALICE TEIXEIRA



Dona Alicinha é apegada a seus animais, mas é prática: os trata com carinho e respeito, e explica que são criados para o consumo. FONTE: a autora (2018)

Levantamos e vamos até o rancho do sítio, onde ela guarda as galinhas, os bezerros e as vacas. Tirando as galinhas - que existem em muita quantidade - Alicinha dá nome para os animais. Todos os bichos do sítio são de responsabilidade dela - o marido cuida do gado Nelore que fica em outra propriedade. Alicinha separa as galinhas poedeiras, faz ninhos, coleta os ovos. Apesar de ser proibida de trabalhar no pesado pelo médico, devido a um problema de saúde nas suas costas, ela tem muitos afazeres - mas mesmo assim não considera o trabalho pesado.

Alicinha mostrou como o cachorro, o Bob, brinca com a bezerra. Ela solta corda que prende a Nelore no pátio do sítio e os dois, cachorro e terneira, saem correndo e brincando. Alicinha acha graça dos animais e mostra todos com bastante orgulho. No fim de tarde chega a hora da ordenha. Cada vaca tem seu lugar no rancho. Elas recebem trato picado (capim verde cortado com a ajuda de

uma máquina) enquanto Alicinha senta-se no banquinho e começa a ordenha manual. Antes disso, ela já havia prendido o rabo das vacas com uma fita colorida, para que não bata no leite ou no seu próprio rosto.

Alice lava os tetos das vacas e deposita todo o leite em baldes. Antes de passar para a próxima vaca, ela garante que tenha sobrado um pouco de leite no úbere para que os bezerros possam tomar também. Enquanto ordenha, ela fala de como o neto gosta do sítio e dos animais. Ela também explica sua rotina, logo após a ordenha já inicia a produção dos queijos.

Na hora da despedida, eu já estava entrando no carro quando Alicinha me chamou. Antes que eu pudesse ir embora, ela me chamou para dentro de casa e pediu que eu provasse o queijo que tinha feito. Na hora da saída, me deu de presente uma dúzia de ovos caipiras, coletados na mesma tarde, e um pedaço de seu queijo para levar para casa.

FOTOGRAFIA 8 - MARIA ALICE TEIXEIRA



Dona Alicinha é responsável por todos os animais do sítio. Ela cuida do galinheiro e exhibe as galinhas com afeto.
FONTE: a autora (2018)

4.2.3 Maria Serpa Rampelotti

A visita na fábrica de biscoitos aconteceu no dia 28 de novembro, durante a tarde. A fábrica fica nos fundos da casa de Maria Serpa Rampelotti, 71 anos, na localidade de Morretes. Vale lembrar que Maria, ao participar da etapa dos questionários, foi selecionada como uma das mulheres do grupo 2 - sem demonstrar muito interesse pela comunicação. Ao apertar a campainha, os cachorros vem me receber no quintal. Bárbara (a neta de Dona Maria e também uma das

entrevistadas) abre o portão e convida para entrar. Quando cheguei na residência, estava na hora do café da tarde. Sentados ao redor da mesa, a família comia os produtos produzidos ali mesmo. Além das mulheres, os homens estavam fazendo uma pausa da lavoura de arroz para comer. Fui convidada a me unir a eles, que conversavam sobre outras pessoas.

A casa é grande e bastante confortável. De alvenaria, tem uma cozinha bastante espaçosa e uma mesa grande para as refeições. De onde estava sentada, foi possível ver a televisão desligada na sala de estar. Após o café, Maria e Bárbara foram para a fábrica continuar o trabalho. O lugar não é muito espaçoso e o forno esquentava o ambiente. Além do forno, que fica no canto perto da janela, duas bancadas servem para amassar e cortar a massa. Perto da porta de entrada ficam o cilindro e a máquina de misturar os ingredientes. Nas paredes, as prateleiras guardam os baldes vazios de margarina - que são reaproveitados para a entrega de encomendas. A produção é bastante artesanal, os mesmos produtos são fabricados há anos. São bolachinhas de Natal, pães, bolo de milho e aipim, broa de coco e outros biscoitos. As receitas são tradicionais e não costumam ser alteradas.

FOTOGRAFIA 9 - MARIA SERPA RAMPELOTTI



Dona Maria trabalha na produção de biscoitos de Natal. Ela é a responsável por espalhar a massa. FONTE: a autora (2018)

Naquele dia Maria estava cuidando da produção da massa - mas o trabalho nem sempre é o mesmo, elas vão revezando conforme o produto, ou a quantidade de encomendas. Maria colocava os ingredientes na máquina, que batia tudo em uma massa uniforme. Depois ela tirava um pedaço da massa a passava por dentro do cilindro, diminuindo a espessura. Após este processo, a massa

fina era levada para cima de uma mesa. Maria escolhia as forminhas que dariam formato à bolachas de Natal - pinheiro, papai Noel, estrela. As bolachas eram cortadas e levadas aos forno. Maria recolhia todas as sobras e passava novamente no cilindro, evitando o desperdício.

A entrevista foi feita em meio a este trabalho. Maria tem os cabelos grisalhos, usava bermuda e chinelos. Na cabeça, uma touca, medida de higiene das trabalhadoras. Em frente ao corpo elas amarravam um avental. Maria tem o sotaque bastante carregado, assim como o de Juraci, e o costume de cortar o plural das palavras. Ela segue trabalhando, de vez em quando para e responde as questões olhando para mim, mas na maioria das vezes não interrompe seu trabalho para a conversa.

Maria explica o passo a passo do que está fazendo e se distrai olhando a bisneta (filha de Bárbara), com quase dois anos de idade. A menina passa os dias na fábrica, com a família. Maria diz que ela é "terrível" e dá risada olhando pra ela. Quando o seu esposo aparece na porta, pede para que ele leve a menina para passear no jardim. Maria não teve a oportunidade de estudar, por isso é analfabeta. Mesmo sem estudo, tem opiniões sobre o que acontece na política do Brasil e em seu bairro. Mas ela não é muito de conversar. No início da entrevista disse que não sabia se ia conseguir responder as perguntas. Maria gosta de falar de seu passado, mas costuma dar respostas mais curtas. Ainda assim, faz questão de me fazer sentir à vontade. Busca um balde limpo de margarina, para que eu me sente. Na fábrica, não tem barulho de televisão, nem rádio. O único som que se escuta é o da máquina batendo a massa. Elas passam a tarde conversando, preparando os alimentos para a feirinha.

Nos últimos dias, o esposo de Maria ajudava na produção, por algumas horas. Ele está com as costas machucadas e não pode trabalhar com as máquinas na arroseira. Elas colocam um banquinho e ele ajuda a cortar a massa com as forminhas. Fica em silêncio boa parte do tempo, no meio das mulheres. Apesar de ser mais reservada do que as outras entrevistadas e de falar bem menos, Maria é bastante atenciosa. Antes que eu vá embora, me oferece bolachinhas para que eu prove e me dá de presente um pacote.

4.2.4 Bárbara Rampelotti

A visita à Bárbara Rampelotti, 28 anos, aconteceu na mesma tarde que entrevistei sua avó. Ela faz parte do grupo 1 de mulheres rurais. Embora as duas trabalhem juntas, no mesmo espaço, as entrevistas foram feitas de forma individual, uma após a outra. Naquele dia Bárbara fazia atividades bem parecidas com as de sua avó, cortava a massa nas forminhas, e arrumava no tabuleiro para ir ao forno. Também reunia as sobras e passava no cilindro. Apenas não batia a massa na máquina.

De uma geração mais nova, Bárbara mostrava intimidade com aparelhos eletrônicos. Colocou vídeos para a filha assistir no celular, falou do marido, da organização da casa e das contas. É bastante comunicativa, dava respostas mais longas, mas nunca parando de trabalhar. Assim como sua avó, ela usava um avental preso no pescoço e o cabelo amarrado debaixo da touca. Como era um dia de calor, usava uma bermuda mais curta e um chinelo nos pés.

FOTOGRAFIA 10 - BÁRBARA RAMPELOTTI



Bárbara passa a massa pelo aparelho e leva para a mesa, onde será cortada no formato de temas natalinos. FONTE: a autora (2018)

Como sua filha não frequenta a creche, Bárbara a leva todos os dias para a fábrica. Os cuidados com a menina são revezados com o trabalho na produção. Por ser uma propriedade familiar e todos trabalharem juntos - ou na fábrica ou na plantação de arroz - muitos parentes acabam auxiliando nos cuidados com a criança.

Bárbara aprendeu a cozinhar com a mãe e a avó e não tem planos de sair da fábrica, pelo menos por enquanto. Apesar de ser a mais nova da família, ela mostra grande responsabilidades com os produtos e com a reputação como comerciante. Sempre fala dos clientes, da comunicação com eles - que muitas vezes é realizada por ela. Entende do que os clientes gostam, quais produtos são mais vendidos, sabe os prazos de entrega e a quantidade de encomendas. Bárbara é bastante participativa na empresa.

4.2.5 Maria Inês Gonçalves

A última entrevista da pesquisa foi realizada na manhã do dia 06 de dezembro, em um sítio nos Caetés. O lugar é bastante afastado e de acesso mais difícil. É necessário subir um morro para chegar à localidade. Se chover, não é todo veículo que consegue passar. A região não possui transporte público, apenas o ônibus escolar vai até à região. Muitos moradores não possuem veículo particular e, quando precisam se locomover, têm que pedir a autorização do motorista do ônibus para pegar uma caona. Além disso, o ônibus só passa três vezes ao dia - de manhã cedo, ao meio-dia e no fim de tarde, na volta da escola.

A estrada tem buracos e pedras e, às vezes, é necessário que algum carro pare para que o outro possa passar. Apesar da distância, a internet e os telefones da operadora Tim pegam bem no local. A moradora Maria Inês Gonçalves, 40 anos, conta que isso é uma novidade, cerca de um ano para cá. Vamos lembrar que ela faz parte do grupo 2 - mulheres que não se interessam por comunicação ou informações. No dia em que visitei sua propriedade, Maria Inês estava com a casa toda aberta, fazendo faxina. O marido estava na vizinha, matando um porco. Era para ela estar lá também, mas ficou em casa me esperando - pois já havíamos combinado a entrevista previamente.

FOTOGRAFIA 11 - MARIA INÊS GONÇALVES



Maria Inês não estava trabalhando no dia da visita, por isso a entrevista foi realizada em seu galpão, onde fazem encontros da família e festas. FONTE: a autora (2018)

Sua casa parece ser confortável, de material e com um carro popular na garagem. Não cheguei a entrar, pois fomos conversar no rancho onde há mesas, uma cozinha e um fogão de lenha.

Não havia nenhum meio eletrônico no espaço, como rádio ou televisão. Maria Inês foi uma das moradores mais tímidas que entrevistei. Sentada à mesa, ela respondia as questões olhando para as próprias mãos. Maria também não possui muita vaidade, apesar de ser uma mulher nova, os fios grisalhos já apareciam no cabelo preso. Ela tem o hábito de roer as unhas das mãos e usava roupas largas no dia.

Maria Inês começou respondendo com a voz bastante baixa e respostas curtas. Depois de algum tempo, me ofereceu café. Com o passar da conversa, Maria Inês foi se mostrando mais aberta, dava respostas maiores e perguntava a minha opinião. Apesar de dizer que não gosta de se comunicar com os outros, ela tinha o celular sempre por perto, em cima da mesa. Mas não mexeu nele em nenhum momento.

Maria Inês não é de sorrir muito, mas caracterizou a si mesma como uma pessoa que gosta de brincar com os outros. Em suas respostas, tinha uma preocupação com o lado financeiro da família, e falou de planos sobre vender o sítio e construir na cidade, para ganhar uma renda extra. Muitas vezes, quando questionada sobre a sua opinião em determinado assunto ela respondia "eu é que sei", e depois dava sua opinião. Achei a forma de se expressar bastante peculiar.

Maria Inês é de uma família grande, com vários irmãos. Alguns ainda moram no interior de Camboriú. Apesar de dizer que não gosta de sair de casa, ela tinha vários compromissos como casamentos e chás de bebê. No final da entrevista, uma amiga chegou para almoçar com ela. Sem grandes demonstrações de afeto, Maria Inês não levantou da cadeira para receber a amiga. Tratou a colega com a mesma formalidade com que me tratou.

No fim da manhã agradei pelo café e pelos biscoitos, as duas tinham planos de fazer bolachas de tarde. Me despedi de Maria Inês, que de uma forma tímida me disse que esperava ter ajudado.

4.3 RELIGIÃO, MÍDIA E DISCURSOS: O QUE AS MULHERES RURAIS CONSOMEM?

O principal objetivo desta pesquisa é analisar o consumo de mídia das mulheres rurais e de que maneiras este consumo pode interagir com seu cotidiano e em sua construção de mundo. Por isso, o foco do estudo se voltou especialmente para os meios midiáticos (em suas diferentes formas) e de que maneiras as mulheres rurais fazem a apropriação destes meios. Conforme já identificado na etapa da pesquisa exploratória, todas as mulheres possuem ou fazem uso de algum tipo de produto midiático (ver gráficos 7, 8 e 9). Sendo assim, realizam o consumo de mídia. A partir dessa constatação, dados relevantes foram surgindo no decorrer da pesquisa e do contato com as mulheres rurais.

Para discutir o consumo midiático dessas mulheres é necessário fazer primeiro uma discussão sobre o que é o consumo. Aqui partimos da definição proposta por Néstor García Canclini (2010). Ele propõe que consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos - esta caracterização ajuda a entender as razões de consumo como algo a mais do que simples gostos, caprichos e compras irrefletidas ou atitudes individuais. O autor defende uma teoria complexa entre a relação de produtores e consumidores, entre emissores e receptores, revelando que o consumo manifesta também uma racionalidade sociopolítica interativa. “Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo” (CANCLINI, 2010, p. 62).

O pensamento do autor vai ao encontro do que afirmam Douglas e Isherwood (2013), quando esclarecem que o primeiro passo para entender a ideia de consumo é percebê-lo como um processo social - deixando de ser visto apenas como um fenômeno resultado do trabalho. O consumo deve ser visto como uma parte integrante da necessidade social de relacionamento com outras pessoas e ter materiais mediadores para estas relações. Ainda conforme os autores, os hábitos de consumo dizem muito sobre o consumidor e passam uma mensagem a quem está observando. Os bens físicos de uma residência, por exemplo, fazem afirmações sobre a hierarquia de valores e de quem os escolheu e adquiriu. O que as mulheres participantes dessa pesquisa consomem, seja em termos de narrativas e/ou dispositivos midiáticos, fala sobre seu contexto, sobre seu cotidiano e o modo como articulam esses aspectos. Outro ponto que merece destaque é de que o consumo não é uma imposição: o consumidor tem livre escolha. “Ele pode ser irracional, supersticioso, tradicionalista ou experimental: a essência do conceito de consumidor individual do economista é que ele exerce uma escolha soberana” (DOULAS; ISHERWOOD, 2013, p.99).

Com essas definições podemos reforçar, portanto, que existe consumo dentro da comunidade rural e, além disso, existe reconhecimento através deste consumo. Se através do consumo as pessoas se relacionam e identificam umas às outras, conforme Douglas e Isherwood, pode-se entender que as mulheres rurais conectam-se com sua comunidade, e também umas com as outras, por meio de seus hábitos, seu cotidiano no trabalho, sua produção e venda de produtos. Canclini (2009) se aprofunda sobre a discussão de consumo e, para explicar o fenômeno, o autor estabelece seis diferentes racionalidades de estudo. Conforme reforça, o consumo pode ser definido como o conjunto de processos sócio-culturais em que a apropriação e uso de produtos são feitos.

- *Modelo 1¹⁸: consumo é o lugar de reprodução da força de trabalho e expansão do capital.*

¹⁸Modelo 1: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.

- *Modelo 2¹⁹: consumo é o lugar onde classes e grupos competem pela apropriação do produto social.*
- *Modelo 3²⁰: consumo como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre grupos.*
- *Modelo 4²¹: consumo como um sistema de integração e comunicação.*
- *Modelo 5²²: consumo como cenário para a objetivação de desejos.*
- *Modelo 6²³: consumo como processo ritual.*

Em relação aos seis modelos apresentados por Canclini, Schimitz (2015) reforça que incorporar este olhar transdisciplinar não é uma tarefa fácil. Como o próprio autor já afirmou, existem dificuldades de se estabelecer princípios teóricos e metodológicos transversais para abarcar estes seis caminhos pelos quais o consumo é pensado. Dentro das disciplinaridades apresentadas pelo autor, entendemos que o estudo das mulheres rurais se relaciona à quarta categoria "O consumo como um sistema de integração e comunicação". Isso porque o consumo pode diferenciar os indivíduos uns dos outros, mas também aproxima e integra os participantes de um mesmo grupo.

Com base nisso, entende-se que as mulheres rurais fazem parte de uma comunidade que consome e compartilha objetos, usos e informações que são comuns entre elas: os hábitos de lazer como ir a igreja, fazer bordado, ouvir música no rádio ou dançar no baile. E também nos momentos de trabalho, como as formas de plantar e de colher, a produção de broas, a venda na feirinha. Para todos estes eventos existe o consumo – seja de produtos, ingredientes, ou até mesmo ideias e informações. Ao mesmo tempo que produzem, elas também consomem – seja entre elas mesmas ou através de terceiros. De qualquer maneira, estas ações as transformam e reafirmam suas posições como seres pertencentes desta comunidade. É neste consumo compartilhado, como o discurso do padre da capela, a compra e produção do pãozinho e da broa, no consumo do bordado e nos ensinamentos sobre a plantação, que a troca de significados acontece. A comunidade rural é também um espaço de informação e comunicação, conforme Canclini. E se o consumo engloba bens físicos e não-físicos e se cada ação de consumo emite uma mensagem, entramos no cenário do consumo cultural - do qual faz parte o consumo de mídia.

Canclini (2010) inicia sua reflexão afirmando que há mais de meio século os intercâmbios culturais entre os Estados Unidos e a América Latina ocorrem mais nas indústrias de comunicação do que na literatura, nas artes visuais ou na cultura tradicional, por exemplo. É principalmente na

¹⁹*Modelo 2: el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.*

²⁰*Modelo 3: el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.*

²¹*Modelo 4: el consumo como sistema de integración y comunicación*

²²*Modelo 5: el consumo como escenario de objetivación de los deseos.*

²³*Modelo 6: el consumo como proceso ritual.*

competição e nas alianças entre empresas de comunicação (de televisão, informática e editorial) que se está gestando a inter e a multiculturalidade. Sobre a temática, Toaldo e Jacks (2013) observam que o que define o consumo midiático é o âmbito que se propõe a observar, “ou seja, é um ângulo mais amplo do fenômeno observado pelos de recepção, justamente porque tem o foco direcionado para a relação com os meios e não com as mensagens, para usar uma imagem simplificada do processo” (TOALDO, JACKS, 2013, p. 7). Ainda de acordo com as autoras, o consumo midiático pode ser entendido como o consumo do que a mídia oferece: nos grandes meios – televisão, rádio, jornal, revista, internet, *sites*, *blogs*, celulares, *tablets*, *outdoors*, painéis... – e nos produtos/conteúdos oferecidos por esses meios – novelas, filmes, notícias, informações, entretenimentos, relacionamentos, moda, *shows*, espetáculos, publicidade.

Com base nisso, entendemos que tratar as perspectivas das mulheres rurais através da proposta apresentada por Canclini, com foco especialmente no consumo cultural e midiático, seja a forma mais adequada para abarcar a realidade em que vivem as mulheres agricultoras de Camboriu. Em relação ao consumo midiático, já que todas as mulheres rurais participantes possuem acesso aos meios midiáticos, conseqüentemente elas fazem o uso e a apropriação destes meios, mesmo que em diferentes intensidades. Se é um fato que todos consomem, nos interessa investigar o que estas trabalhadoras consomem, quais suas preferências, e de que formas relacionam estas informações em seu cotidiano.

Deste modo, esta pesquisa pode ser definida como um estudo de consumo uma vez que analisa o consumo de mídia realizado pelas mulheres rurais. E ao falarmos de consumo vamos além dos meios tradicionais e englobamos, também, suas relações entre família, vizinhança e amigos - e a comunicação existente nessas relações, como veremos adiante. De maneira geral, os meios midiáticos estão bastante presentes no cotidiano das mulheres e a grande maioria das participantes da pesquisa busca e tem interesse por informações. Como visto na primeira etapa, 71% das entrevistadas busca por informações de forma ampla, enquanto apenas 21% delas não demonstra tanto interesse nas formas de comunicação.

4.3.1 Igreja como mediadora no campo

Além dos aparatos midiáticos propriamente ditos, as mulheres rurais têm contato também com outros processos e instâncias mediadoras. A religião, por exemplo, (com destaque para o cristianismo, especialmente o catolicismo e as várias designações evangélicas) se mostrou fortemente presente na vida das mulheres. Além dos produtos midiáticos do segmento, como programas de televisão, rádio e livretos, o ambiente religioso, que aqui chamaremos de igreja,

independente de qual designação religiosa, surge como um meio de troca de notícias e consumo de informações. Algumas delas participam ativamente da congregação religiosa: assistem aos cultos (ou missas), fazem parte dos grupos de estudo, são missionárias da palavra de Deus, fazem encontros religiosos em casas da comunidade, etc.

Conforme González et al (2015), em uma comparação entre homens e mulheres, em nosso país, as mulheres são mais sensíveis às atividades da prática religiosa, nos rituais, na transmissão, como guardiãs da memória. Em seu estudo sobre as mulheres rurais e sua relação com a religiosidade, os autores alegam que as experiências religiosas parecem afetar o grupo de modo peculiar. "São elas que estão muito mais envolvidas e ao alcance dos discursos religiosos. As mulheres estão mais sensíveis a cultivar as experiências de religiosidade" (GONZÁLEZ et al, 2015, p.5).

Nos grupos de estudos, as mulheres compartilham ideias, tiram dúvidas, aprendem sobre a religião. Já nos rituais, como missas e cultos, ouvem a palavra do pastor e do padre e acabam consumindo, também, o discurso que é realizado. A igreja surge então como uma importante mediação, assim como já haviam destacado Martín-Barbero (2009) e Braga (2012). Conforme os autores, a mediação é o processo na qual um elemento é intercalado entre sujeitos ou ações diversas, organizando as relações entre estes.

A ideia de mediação corresponde à percepção de que não temos um conhecimento direto dessa realidade – nosso relacionamento com o “real” é sempre intermediado por um “estar na realidade” em modo situado, por um ponto de vista – que é social, cultural, psicológico. O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu “momento”. (BRAGA, 2012, p.33)

Dentro desta perspectiva, portanto, a religião (ou os representantes da religião, como pastores, padres e diáconos) agem como intermediadores no processo de comunicação. As informações são repassadas através deste filtro cultural religioso. Vemos como exemplo a rotina de Alice Teixeira, que vai ao culto da Igreja da Assembleia de Deus todas as semanas. Ela sabe de cor a programação da igreja e os horários, é uma frequentadora assídua, só falta quando viaja ou tem compromissos do trabalho. Quando o assunto é religião, ela entende que a palavra repassada pelo pastor deve ser obedecida. Neste caso podemos perceber de forma bastante nítida a influência que o discurso religioso pode ter nas escolhas e reflexões das mulheres rurais, que participam ativamente dos eventos.

Pra mim o pastor que tá na frente do trabalho, a bíblia diz que ele é o anjo da Igreja, né? Nós temos que amar e respeitar, porque ele que tá liderando, né? Porque se não tiver um líder, ninguém vai em lugar nenhum. Tem que ter sempre um líder pra chamar o povo, pra reunir o povo. Então a gente tem mais é que obedecer e respeitar, e amar aquela pessoa que está nos conduzindo no caminho certo. [...] Reverenciar a palavra de Deus e obedecer o que tá ensinando. (ALICE TEIXEIRA)

Já a piscicultora Alice de Souza é ministra da comunhão na Igreja Católica. Muito devota da religião, ela também frequenta as missas todos os domingos e, se não pode ir, "fica doente". Além das missas, ela participa semanalmente do grupo bíblico e de qualquer outro evento realizado pela igreja. O marido nem sempre a acompanha, então é normal que ela vá sozinha aos eventos e missas. No grupo bíblico os moradores fazem uma leitura da Bíblia e conversam sobre a mensagem lida, dão opiniões e comentários. "É bem legal, tem pessoa que nunca fala, né? Falar é difícil, não é todo mundo que gosta, é bem interessante. Vai desabrochando assim...", relata ela. Quando questionada sobre sua participação no grupo, ou ainda, sobre a palavra do padre, Alice de Souza se mostra atuante nos debates.

Ah, quando a gente fica em dúvida eu pergunto... Eu fiquei em dúvida, pra esclarecer eu pergunto. Tem umas coisas que tu fica ali em cima do muro, tu não sabe... 'Opa, como que é ali?', eu pergunto. Se não perguntar pra ele (padre) ali na frente de todo mundo, mas depois eu pergunto. Coisa triste é duvida, né. Daí tu fica naquela duvida, será que é ou será que não é. Mas a maioria das coisas, como a gente segue o mesmo rumo, a gente já entra em acordo, né. Podem rir de mim, pode dizer que sou doida, mas eu pergunto. (ALICE DE SOUZA)

Os dois relatos mostram a participação das mulheres nos encontros religiosos e a relação que estes encontros têm com o seu consumo de informação. Enquanto a primeira acredita no pastor e o percebe como o emissor da palavra de Deus, a segunda se mostra mais ativa nos debates e questionadora. Ainda assim, nos dois exemplos se percebe a mediação da religião no consumo e recepção de informações. Conforme Martín-Barbero, "é preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito forte". (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 152). Com isso, o autor ressalta a importância da mensagem e, também, a mediação realizada para que tal mensagem chegue ao receptor. Ele ainda reforça que os próprios rituais passam por uma mediação, que oferece um sentido para que os objetos sagrados e ritos efetuem uma memória e utopia. Ou seja, não somente o que é debatido ou ouvido nas igrejas, mas o próprio ritual eclesial pode ser entendido ao mesmo tempo como um mediador e um produto de consumo das mulheres rurais.

E é sobre este consumo que Canclini (2010) esclarece: quando um bem é selecionado e apropriado, se define publicamente o que é considerado valioso, bem como os modos de interação e distinção na sociedade. Ou seja, ao consumir e reproduzir os discursos do padre, do pastor, as

mulheres acabam reafirmando a importância desta cultura e destas crenças diante da comunidade. Canclini defende uma teoria complexa entre a relação de produtores e consumidores, entre emissores e receptores, revelando que o consumo manifesta também uma racionalidade sociopolítica interativa. “Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo” (CANCLINI, 2010, p. 62). Dentro do ambiente da igreja (católica ou evangélica) pode-se perceber alguns momentos de debate e reflexões, principalmente na fala de Alice. Entretanto, boa parte das participantes percebe mudança no comportamento dos religiosos, no decorrer dos anos, mas não faz contestações, ou não levanta dúvidas diante da religiosidade. Dentro da religiosidade, inclusive, o consumo midiático também se faz muito presente.

Além de frequentar presencialmente os rituais de cada religião, as mulheres demonstram bastante interesse nos produtos disponíveis nesse segmento. Programas de rádio da igreja católica ou evangélica - Rádio Divino Oleiro e Rádio Gideões - canais de televisão como Rede Vida ou TV Aparecida, folhetos distribuídos na igreja. Uma diversidade de produtos são consumidos e reproduzidos pelas mulheres rurais. Elas podem até afirmar que não gostam de televisão, mas quando os programas religiosos são citados, algumas mudam de opinião rapidamente. Foi o caso de dona Maria Rampelotti. Num primeiro momento ela disse que não gostava de televisão, que não assistia pois dormia e só tinha notícia ruim. Entretanto, quando questionamos sobre sua religiosidade e se havia algum programa que gostava de assistir, ela lembra o canal e o nome do padre que apresenta. Ela diz que gosta muito da TV Aparecida, as missas do Padre Cleber.

Conforme o padre. As vezes quando leem muito que não se entende, é mais difícil (de entender). Quando não vou também assisto na televisão. Gosto, meu Deus não perco o domingo a noite na (TV) Aparecida. (MARIA RAMPELOTTI)

Conforme Silva (2010) esclarece, a religião continua tendo papel significativo na vida das pessoas, mesmo depois de importantes avanços em áreas como educação, psicologia e medicina. De acordo com a autora, através das regras e leis da religião seria possível se harmonizar com o invisível e incompreensível. "E pode ser vista como algo que não se refere somente à relação circunscrita do ser humano com a divindade mas também como fenômeno que ajuda a orientar os passos e os caminhos do ser humano pelas normas morais e de conduta de uma sociedade" (SILVA, 2010, p29). Desta forma, a religião se faz presente também na rotina da psicóloga Alice.

Além de ser uma forma de compreender o que não pode ser compreendido e responder algumas dúvidas existenciais da humanidade, a religião também é uma forma de participação da mulher rural na comunidade. De acordo com González et al (2015), é vista como uma forma de

lazer e traz a mulher como protagonista da situação. "Entendemos que esse protagonismo é o modo como as mulheres marcam sua participação pública nas comunidades, onde se relacionam com o mundo público mais amplo. A religião, ou melhor, a instituição religiosa, dá para essas mulheres uma posição de atuação" (GONZÁLEZ, 2015, p. 06). Além de um prazer particular com as experiências vividas dentro da religião, essa rotina também reforça a sua presença no espaço público. De acordo com os autores, pode-se até mesmo considerar que esta participação produz uma autonomização, redefinindo a posição das mulheres rurais na comunidade. Quando Alice deixa sua propriedade e vai servir aos vizinhos através das ações da igreja, portanto, ela ressignifica seu comportamento diante da comunidade.

Em relação aos meios midiáticos, se o tema é religiosidade ela gosta de qualquer produto - pode ser filme, música, programa de rádio ou canal de televisão. Os filmes ela assiste pela internet, no Youtube. Os programas de rádio ela também escuta através da internet, já que não possui um aparelho. Entretanto, ela liga os aplicativos no celular e ouve a programação da emissora Divino Oleiro enquanto auxilia o marido nos afazeres da empresa de móveis rústicos. "Eu uso mais no celular que a rádio Divino Oleiro pega muito bem no celular. Então põe no alto-falante, né" (ALICE DE SOUZA). Além disso, ela também tem preferência por programas de televisão com esta temática.

Programa de televisão também eu gosto, sempre que vai pra esse rumo eu gosto. Pregação, gosto muito da rede do Padre Reginaldo Manzotti. Me afinizei mais com ele. Tem um programa de rádio que ele faz na Divino Oleiro que é muito bom. Gosto muito do Fábio de Melo também, sobre direção espiritual. Também vejo Escolinha da Fé, na Rede Vida.
(ALICE DE SOUZA)

Durante as entrevistas Juraci Schaeffer também afirmou que gostava de assistir os conteúdos que passam na televisão sobre esta temática. Entretanto, não consegue mais acompanhar pois não tem mais a antena parabólica, então os canais não pegam. Juraci é bastante participativa na igreja católica, é ministra da palavra e frequenta os grupos de oração. E faz questão de dizer que além dela, todos os filhos são católicos também. Quando questionada como é seu relacionamento com a igreja e com os participantes da comunidade, ela diz que é muito bom. Que ouve o padre pois ele é uma pessoa de muito respeito, conhece muito ele. "A minha comunidade também é muito boa, agora mudou né, tá um pessoal novo da igreja um pessoal que trabalha, ajuda muito sabe. Nunca falta nada, as festa inclusive. As pessoas que tão na minha comunidade agora sabe, aqueles que querem ajudar mesmo a comunidade ir pra frente" (JURACI SCHAEFFER). Sobre os veículos de comunicação, ela explica que não gosta muito de ouvir missa no rádio, mas dos programas de televisão ela sente falta.

Eu assistia a TV Aparecida mas agora como não pega mais a parabólica eu não tenho mais a televisão lá atrás. Mas sinto falta, sabes. Gostava. Era missa, depois tem aquele padre Alessandro que tem um programa muito bom na Rede Vida, só que não pega também. Eu comprei uma antena e esses dois canal não pega. (JURACI SCHAEFFER)

O envolvimento da família nas atividades religiosas, a inserção e a participação permanente das mulheres nestes eventos, e o próprio consumo dos produtos midiáticos desse segmento, levam à constatação de que o meio religioso é também um meio de lazer. Conforme González et al (2015) as atividades religiosas se articulam como forma de lazer contemporâneo e têm a finalidade, também, de proporcionar melhores condições de vida em termos das relações pessoais, sociais e emotivas. De acordo com os autores, portanto, é possível identificar na esfera religiosa elementos associados às experiências de lazer. Este é um fato que merece destaque devido às mudanças que foram ocorrendo dentro das igrejas com o passar dos anos. Se antigamente as religiões pregavam a negação do corpo, do prazer e do divertimento, hoje as experiências religiosas apostam na inversão destes valores na medida em que a exploração das emoções ocorre com os efeitos catárticos, seja dançando, cantando (2015, p.12).

4.3.2 Ser mulher no campo

Ainda dentro dos grupos mediadores, percebe-se um grande destaque para a família como fonte de informação. As mulheres rurais, tanto do grupo 1 quanto do grupo 2, enxergam na família um ponto de comunicação e compartilhamento de conteúdos, sejam eles questões familiares ou não. Mais uma vez temos um dispositivo que faz a mediação entre a informação e as mulheres. Em grande parte esse ato de compartilhar informações é realizado de forma virtual, através do aplicativo de celulares WhatsApp. Quando questionamos por quais meios a entrevistada Bárbara Rampelotti mais costumava se comunicar, ela respondeu que é através do grupo da família. Conforme esclarece, sempre que tem algum acontecimento, o grupo da família é quem atualiza as informações. "O grupo da família sempre tem aquele bom dia, boa tarde, boa noite. (risos) Mas alguém sempre compartilha alguma notícia e algum assunto, sempre acaba surgindo em grupo da família" (BÁRBARA RAMPELOTTI)

A comunicação da população rural e suas relações com os meios midiáticos foi um dos temas abordados no estudo de Patrícia Kolling (2006), revisado durante o estado da arte. A análise pode ser conferida com mais detalhes no APÊNDICE 1, mas em seu trabalho a autora também reflete sobre a recepção das informações realizada especificamente pelo público rural e afirma que estes moradores manifestam algumas particularidades. Com as mulheres rurais de Camboriú, é

possível visualizar que elas possuem uma gama ampla de comunicação e fontes de informação. Da mesma forma, Kolling (2006) relata em seu trabalho que os conceitos de comunicação rural descrevem uma comunicação que se alicerça entre instituições externas e internas do meio rural e as populações que vivem nesses espaços. Porém “não se pode esquecer que no ambiente rural existem muitos outros fluxos informais de comunicação, dos agricultores entre si, com vizinhos, parentes e/ou amigos da própria comunidade, de outras comunidades, da cidade, de outras regiões do Estado e país” (KOLLING, 2006, p.56). A autora baseou sua pesquisa na comunidade rural, e não somente nas mulheres. Ainda assim, este estudo acaba dialogando com as suas conclusões sobre a comunicação do campo, visto que esta acontece além do consumo dos produtos midiáticos - acontece e se propaga também na família, nos meios religiosos, na comunidade.

Falando especificamente da família, durante a primeira etapa do estudo ela foi considerada um dos principais grupos de comunicação das mulheres rurais. Das 40 participantes, 21% afirmaram que veem na família uma fonte segura para busca e compartilhamento de informações. Mais do que os veículos de comunicação tradicionais ou instituições do governo, como a prefeitura e órgãos municipais, foi a família o meio mais citado pelas mulheres como espaço de consumo de informações. E sobre este consumo cultural e midiático dentro da comunidade rural, Kolling faz algumas considerações, entendendo que para compreender este fenômeno é necessário conhecer as necessidades, comportamentos, atitudes e os sentidos que produzem. É importante esclarecer, portanto, que dentro deste consumo cultural e consumo midiático podem estar subentendidas também algumas questões de gênero, que reforçam o papel das mulheres na comunidade rural.

Assim como já havia mencionado Biroli (2014), alguns grupos sociais, como a família, e a mídia, podem tornar ainda mais fortes estereótipos e diferenças entre homem e mulher. Conforme a autora, os papéis atribuídos às mulheres, como a dedicação prioritária à vida doméstica e aos familiares, colaboraram para que a domesticidade feminina fosse vista como um traço natural e distintivo, mas também como um valor a partir do qual outros comportamentos seriam caracterizados como desvios (2014, p.32). Ou seja, trabalhar na produção rural, fora de casa, e se reconhecer como profissional, é uma questão da equidade de gênero. Neste sentido, a mulher do campo pode viver um conflito visto que tem sua profissão, da qual gosta e se orgulha, mas ao mesmo tempo tem o peso dos compromissos domésticos.

Durante os discursos relatados pelas entrevistadas não foi possível entrelaçar o comportamento das mulheres rurais quanto a esse aspecto com o consumo midiático. Ou seja, nas falas das entrevistadas não ficou claro de que forma o consumo midiático pode reforçar os estereótipos de gênero. Mais do que isso: não ficou claro sequer se elas compreendem que vivem, ou viveram, em disparidade com seus companheiros. Na grande maioria dos casos, percebe-se que

as diferenças entre homens e mulheres são questões culturais profundamente enraizadas na zona rural. Ou ainda, se percebem que não vivem uma realidade totalmente justa dentro do lar, no que se refere à distribuição dos afazeres domésticos, elas não têm força para mudar esse cotidiano. Acabam desistindo da mudança e se conformam com a rotina. Por mais que as relações entre o consumo midiático e as demandas de gênero não tenha ficado explícitas, é possível perceber a conduta assumida pelas mulheres - alguns comportamentos realizados há décadas pelas mulheres acabam se perpetuando dentro da família e, também, da igreja. Das sete mulheres que participaram da entrevista, apenas Bárbara afirmou que o marido também tem seus afazeres domésticos.

Talvez por ser a mais nova delas e fazer parte de outra geração, Bárbara leva uma rotina doméstica um pouco diferente das outras mulheres. Ainda assim, quando questionada sobre a divisão de afazeres, ela sempre usa a palavra "ajuda", como se a obrigação da casa fosse dela e o marido colaborasse, apenas. Mesmo assim, se formos comparar com a rotina das outras participantes, este é o cenário que mais se aproxima da igualdade entre os gêneros dentro do lar. "Limpeza da casa é mais pra mim. Ele ajuda na parte externa, entendesse? Mais a casa, o interior, é eu. As jantas geralmente é ele que faz" (BARBARA RAMPELOTTI). Uma das diferenças que também marca o cotidiano de Bárbara é que ela também sai sozinha com as amigas, uma atividade raramente realizada pelas outras mulheres. Ainda que em menor frequência, pela idade da filha (com quase dois anos), ela comenta que quando quer sair com as amigas avisa o marido com antecedência, e assim a família se programa.

Às vezes quando a gente marca assim um café, agora na outra semana a gente marcou um encontro das meninas, daí ele fica com ela. Daí eu vou sozinha e ele fica com ela. Ele é bem cuidadoso. Não, ele fica. Eu só aviso: é tal dia eu vou sair com as meninas. Ele ajuda em tudo. Ah tem pai que não troca, porque fez um cocozinho ali, não. Ele não tem, não escolhe, ele faz de tudo. Lógico, quando eu to assim, eu troco, né? Mas às vezes eu to trabalhando e ela fez, né? Já tá na hora do banho, coisa assim, eu ligo pra ele buscar, já troca, já dá o banho dela. Não tem frescura. (BARBARA RAMPELOTTI)

Já a avó de Barbara, Maria Rampelotti, faz parte de outra geração. Quando fizemos a mesma pergunta sobre os afazeres do marido, ela explica que ele nunca ajudou e que, para a época, isso era normal. De acordo com ela, o marido chegava da roça só para sentar à mesa e comer, "tadinho". Hoje ele até lava a louça, mas isso é algo recente.

Nós comia de manhã, às 4 horas da manhã. Pirão de minestra com carne, com linguiça. Lavava a roupa, ensaboava, lava a loiça, passava pano na cozinha, tudo de noite. Tinha que acordar cedo pra ir pra roça, né? Saía com a casa limpa. Depois chegava dez e meia e vinha, porque nós comia às onze. Daí vinha, fazia a comida, e não tinha fogão a gás não nega, era no fogão de lenha, né? Era pau (risos) (MARIA RAMPELOTTI)

Apesar de trabalhar também no campo, junto com os homens, Maria deixava a roça mais cedo para preparar o almoço. Quando o marido chegava em casa, já estava tudo pronto. Entretanto, a limpeza da casa e da louça, como ela mesma relata, era serviço dela - mesmo que tivesse de voltar para a roça mais tarde. De acordo com Dantas (2015), a ideia de que as mulheres e os homens nasceram com capacidades diferentes para realizar determinadas atividades é uma construção histórica que oculta o trabalho das mulheres e institui a noção de superioridade do trabalho masculino (p.45)²⁴. Para a autora, esse cenário ganha ainda mais destaque no meio rural, no qual a vida das mulheres é marcada por uma realidade de relações patriarcais. Na maioria das vezes, conforme relata, os homens determinam o rumo das famílias, que se organiza a partir de um poder hierárquico masculino, centrado na figura do pai. Os desejos e opiniões das mulheres são oprimidos e o seu trabalho produtivo é invisibilizado.

No campo, a divisão sexual do trabalho se estrutura a partir da separação entre as tarefas de casa e o cultivo e a hierarquia entre as tarefas realizadas pelas mulheres e homens nestes espaços [...]. A casa se apresenta como o lugar da mulher, onde as atividades realizadas são consideradas um não-trabalho. (DANTAS, 2015, p. 47)

Apesar de suas experiências com o trabalho doméstico e o trabalho na lavoura, em nenhum momento da entrevista Maria Rampelotti chegou a considerar que trabalhava mais do que ele. Ao contrário, usa adjetivos como "coitado" para o marido, tendo compaixão por ele, que acordava de madrugada e trabalhava no pesado. Este papel da mulher parece estar bem enraizado e se repete muitas vezes no cenário rural, principalmente entre as gerações mais antigas. Além de seu trabalho como agricultora, reforçam seu serviço também como mãe e dona de casa.

Diante destes relatos fica claro que as diferenças de gênero são, também, culturais. Seguindo essa perspectiva, Scott (2012) nos fala sobre as lutas na tentativa de se obter uma igualdade de gênero, porém, existem resistências. Uma dessas resistências parte do próprio governo. Conforme a autora, existe uma maior proteção dos privilégios masculinos, geralmente em nome da cultura. "Se cultura e tradição podem explicar assimetrias masculino/feminino, então, eles argumentam, desigualdade não é a questão" (2012, p.339). Para a autora, esta forma de lidar com o problema seria uma forma de relativismo cultural, onde existe recusa em se tratar as questões de poder. Um outro tipo de resistência apontado por Scott é em relação à própria igualdade em si. O que, afinal, significa esta igualdade entre os sexos? O certo é que não está totalmente delimitado o que busca a igualdade de gênero e até onde

²⁴ En el campo, la división sexual del trabajo se estructura a partir de la separación entre las tareas de la casa y las del cultivo y en la jerarquía entre las tareas realizadas por las mujeres y los hombres en estos espacios. [...] La casa se presenta como el lugar de la mujer, donde las actividades realizadas son consideradas un no trabajo.

esta igualdade vai. Seria possível torná-la constitucional, se ela ainda não existe nem dentro dos lares?

Voltando ao campo, trazemos as experiências de Alice de Souza - que vive esta realidade desigual no dia a dia, embora no princípio tenha resistido. Porém, para evitar brigas no casamento, acabou se adaptando à rotina. Quando questionamos sobre a participação do marido nas tarefas do lar ela dá risada, explica que ele não ajuda, e brinca que "pode até dar divórcio". Como profissional, ela mesma coloca os afazeres de casa em segundo plano, caso seja necessário trabalhar com os peixes primeiro: "primeiro é lá, depois eu corro aqui". Ela ainda explica que o foco é nos trabalhos da rua, primeiro a piscicultura e a marcenaria. Se sobra um tempo entre os intervalos ela faz a limpeza de um banheiro, lava uma louça, cozinha o almoço - tudo sozinha.

Não, nada. Daí já nem me estresso mais, se não a gente endoia, né? Tu vai ficar brigando também? Eu sou bem tranquila ali, já sei que aquilo ali é a minha obrigação. A minha família fala, né, ah mas tu devia se impor. Pra que, pra brigar? Não adianta, eu já acostumei assim. Se incomodar ainda vai dar uma gastrite, uma úlcera nervosa. No começo eu ficava um pouco frustrada mas depois não, acostumei, agora pra mim é tranquilo, bem normal (ALICE DE SOUZA)

Na fala de Alice percebemos alguns pontos de destaque. O primeiro deles é que, no início do casamento, ela tinha uma expectativa de que o marido fosse auxiliar com algumas atividades domésticas e quem sabe mudar de opinião - o que não aconteceu com o decorrer dos anos. O segundo ponto é o alerta que surge através de sua família, para ser mais forte em suas decisões como dona de casa e pedir a participação do marido. Ou seja, a família de origem pensa de uma forma diferente de Alice. Talvez ela mesma já tenha compactuado dos mesmos ideais de igualdade de gênero entre ela e o marido. Através de suas falas podemos entender que Alice não concorda totalmente com o comportamento do marido, mas para evitar brigas e talvez por cansaço, acaba tomando parte de todos os afazeres. Esta situação foi explicada por Paulilo (2016) ao se referir à igualdade de gênero na sociedade. Conforme a autora, pedir igualdade de gênero nas políticas públicas parece ser mais fácil que enfrentar essa questão dentro da família. "Sem dúvida, a oposição a grupos que não são próximos afetivamente e que, portanto, podem ser caracterizados como inimigos traz menos desgaste emocional que se opor a maridos, pais, sogros, irmãos e filhos homens" (PAULILO, 2016, p.273). Ou seja, conforme a autora é mais fácil lutar por igualdade na esfera pública do que na privada, pelo desgaste que esta situação pode gerar nos relacionamentos pessoais.

Ainda assim, de maneira geral, a questão de gênero e igualdade dentro do lar não parece ser um problema que levanta questionamentos na rotina das mulheres. Como já relatado, pelo menos durante as entrevistas nenhuma delas expôs nenhum conteúdo midiático relacionado com o tema.

Por exemplo, não é um assunto que elas escutam na rádio, ou o tipo de reportagem que assistem na televisão. Não é uma temática que recebem no WhatsApp e também não se conversa sobre isso no grupo da família. A relação entre os produtos midiáticos e o fato de ser mulher está justamente no fato de que essas mulheres acabam realizando o consumo midiático enquanto fazem o trabalho doméstico. Alguns relatos esclarecem que a limpeza da casa é feita ao som do rádio ligado, por exemplo, como foi citado por Maria Rampelotti e Maria Inês.

Ainda assim, as diferenças de gênero, pelo menos na comunidade visitada, parecem não fazer parte do debate e dos assuntos conversados entre as mulheres. Acredito que isso possa acontecer por duas razões, principalmente: um motivo é o hábito, como aconteceu com Alice de Souza. Durante o início do casamento ela tentou provocar mudanças, mas acabou não conseguindo. Com o tempo desistiu e se acostumou a fazer todo o serviço do lar. Esse hábito de se "acostumar" e tomar para si atividades e obrigações que não são necessariamente da mulher, ocorre em grande escala no cenário rural. Conforme relatado por Scott (2012) analisar essas questões de gênero, partindo do ponto de vista como pesquisador, é assumir um compromisso de revelar e tentar compreender como as contradições e instabilidades entre os gêneros se manifestam na vida daqueles que estudamos. Para a autora, a identidade da mulher está em jogo nos debates sobre o gênero. E por identidade, entendemos seu papel social como mulher da família e profissional. Como, então, questionar sua vivência dentro do lar, se as próprias personagens da pesquisa entendem que esta realidade em que foram inseridas é aceitável? Scott nos lembra, portanto, que não há representação inequívoca das mulheres, que isto sempre é uma questão política.

A situação que levantamos diante da pesquisa é o fato de que as próprias mulheres rurais parecem, em muitos casos, entender que esta é a forma certa de se viver, já que "sempre foi assim". Mais uma vez percebemos como as diferenças de gênero estão incrustadas na sociedade e como seu combate, e até mesmo sua percepção, são tarefas difíceis. Para algumas delas, que cresceram neste ambiente, vendo a mãe servir o prato do pai, fazer o almoço, lavar a roupa na mão, as irmãs cuidando dos irmãos mais novos, falar em diferença de gênero pode até parecer estanho. Esta é a verdade em que elas aprenderam a acreditar e por isso, algumas vezes, sequer percebem as diferenças que existem entre o homem e a mulher dentro de um lar. Pode ser absolutamente normal, portanto, fazer questionamentos sobre a rotina de trabalho no lar e ouvir como resposta que "está tudo bem" - esta realidade é bastante aceita dentro de sua comunidade.

Outro ponto de destaque no que se refere ao "ser mulher" surgiu durante as entrevistas foi o acesso da mulher às terras, ou ao direito de se tornar produtora rural. Conforme Paulilo (2016) relata em suas pesquisas, o direito da mulher à propriedade rural nem sempre é assegurado, principalmente se tem irmãos homens. Conforme explica, "as entrevistas que fizemos mostram que

a questão da não herança da terra ainda é um tabu entre as mulheres rurais" (PAULILO, 2016, p.273). Já nesta pesquisa, percebemos uma realidade mais otimista em relação a este cenário. Em relação à herança, nenhuma delas comentou que ficou sem direito às terras - nos casos em que houve herança por parte dos pais, todos os filhos ganharam, homens e mulheres. Já nos casos em que não houve herança, o sítio da família foi comprado em conjunto pelo casal, anos atrás.

Ainda de acordo com Paulilo, "somente quando as mulheres começarem a questionar o casamento tradicional é que questionarão o fato de ele ser a única via para a profissão de agricultora" (2016, p.273). Mais uma vez, percebemos que o casamento realmente é uma via importante para se manter ou se inserir na profissão no campo. Entretanto, não é somente através dele que as mulheres podem permanecer no campo. É o caso de Bárbara Rampelotti, por exemplo, que teve a opção de fazer uma graduação e sair para trabalhar na cidade, mas devido aos laços familiares com a produção, permaneceu no campo. Ou seja, além do casamento, podemos dizer que existe uma relação familiar das mulheres com o campo. Prova disso pode ser visto ainda na pesquisa exploratória, quando 84% das participantes afirmaram que trabalhavam desde criança no sítio devido à relação familiar com a propriedade.

4.3.2.1 Filhos do campo

Ainda dentro da temática família percebemos o êxodo rural existente nas propriedades de Camboriú. Dentre as mulheres entrevistadas, a família de Bárbara e Maria Rampelotti foi a única que registrou a permanência das gerações na zona rural. Maria era agricultora, sua filha permaneceu no campo e também Bárbara, a neta da terceira geração. Esse exemplo é uma raridade nas famílias rurais. Prova disso é que entre todas as outras entrevistadas que possuem filhos, eles já não moram mais no sítio e assumiram outras atividades profissionais.

Embora este não seja o objetivo desta pesquisa, essa mudança dos jovens do campo para a cidade nos faz questionar sobre o futuro da agricultura familiar. Com o envelhecimento dos agricultores, como as pequenas propriedades rurais continuarão ativas?

Marli Geraldo conta que os dois filhos deixaram o sítio e encontraram outras oportunidades, e melhores, no meio urbano. Para ela, criar uma família na agricultura hoje é muito difícil. Por isso, quando os filhos optaram por seguir outros caminhos, ela diz que não achou ruim.

Já foi-se o tempo que em que se criava uma família na agricultura, o lucro é pouco. Então quando vende tudo, tudo bem. Quando não vende, bota fora. Então eu acho assim, eles estudaram, a filha é formada em coisa de contabilidade, mas não trabalha na área, trabalha na Casa da Cidadania e o filho, então, tá lá. Eu acho que tá difícil hoje criar uma família na agricultura, tá difícil. O incentivo é muito pouco, essa é a verdade. (MARLI GERALDO)

Uma das preocupações de Marli e o marido foi o incentivo dos filhos na educação. A filha é formada em Contabilidade e o filho é Técnico em Agropecuária. Ela diz que sabe que os dias de hoje são mais difíceis sem educação, por isso o ensino foi uma prioridade. Já Juraci Schaeffer é mãe de três filhos e lembra que não gostou quando eles resolveram seguir outros caminhos. Dois filhos têm comércio de marmoraria, em Camboriú, e a filha mais velha é corretora de imóveis. Juraci lembra que sua produção de bolachas e doces é muito conhecida na cidade, e ela trabalhou por muitos anos para conquistar prestígio.

Quando mais novos, os filhos sempre ajudavam na produção. Quando chegou a hora de assumirem o trabalho profissionalmente, entretanto, nenhum deles quis seguir adiante. "Na hora eu senti porque eu lutei tanto pra fazer o nome, né? E depois quando foi pra dar pra eles, eu dava a fábrica tudo pronto pra eles tocar, e nenhum deles quisero, daí a gente fica meio assim, né? Mas eles acharam que é porque é trabalhoso, sabe" (JURACI SCHAEFFER). Já na família de Juraci, não houve tanto incentivo na parte dos estudos dos filhos (a ponto de cursarem uma graduação, por exemplo). Porém, ela e o marido auxiliaram financeiramente nos negócios dos três.

Outro exemplo é o caso de Maria Inês que também tem dois filhos, e nenhum deles seguiu trabalhando no campo. O mais velho é casado, mora no interior próximo da mãe, mas trabalha em Balneário Camboriú com o sogro. O mais novo ainda cursa o Ensino Médio e trabalha em uma banca de doces, no Centro de Camboriú. Assim como Marli, Maria Inês diz que não há oportunidades para os jovens permanecerem na zona rural. Para ela, o retorno que se consegue no campo é muito baixo.

Ainda que esta questão não seja aprofundada neste estudo, as propriedades familiares de Camboriú - e talvez de Santa Catarina - estão se esvaziando. Os jovens deixam as famílias e os sítios em busca de oportunidades mais lucrativas nos centros urbanos. Como foi visto nas entrevistas, nem todos eles possuem um estudo profissionalizante - ainda assim, sair de casa e trabalhar no meio urbano parece ser uma opção melhor do que permanecer no campo. Uma reclamação comum entre as participantes foram as dificuldades econômicas em se manter um sítio e o baixo retorno financeiro que o trabalho oferece. Aparentemente, encontrar qualquer outra oportunidade na cidade parece ser uma alternativa melhor do que tocar os negócios da família. Com isso levantamos algumas inquietações que, no futuro, podem servir de ponto de partida para outros estudos: as oportunidades na cidade são realmente melhores? E principalmente, qual será o futuro da agricultura familiar?

4.3.3 Profissão Agricultora

Um terceiro tema que ganhou destaque dentro da pesquisa foi a relação das mulheres rurais com sua atividade profissional. Logo de início percebeu-se que nem todas elas se reconhecem como agricultoras, ou produtoras do campo. Das sete entrevistadas, quatro se autoreconhecem como trabalhadoras do campo. É o caso de Maria Rampelotti, Dona Alicinha Teixeira, Alice de Souza, e Marli Geraldo. Todas elas disseram ser agricultoras (ou piscicultora, como foi o caso de Alice de Souza). Mais do que isso, demonstravam orgulho por sua trajetória profissional e pela importância que sua profissão representa para a sociedade. As demais entrevistadas, como Barbara Rampelotti, Juraci Schaeffer e Maria Inês, deram diferentes respostas para a pergunta, afirmando serem autônoma, doceira e do lar, respectivamente.

Poderíamos constatar que estas respostas e o seu não-reconhecimento como produtoras rurais são previamente imaginados. Isso porque existe a baixa valorização e reconhecimento da mulher profissional do campo - por parte da comunidade, de sua própria família e delas próprias ao se reconhecerem como profissionais. Conforme Dantas (2015), em muitos momentos a mulher é vista apenas como uma "ajudante" de seu marido, julgada com base nos trabalhos que realiza no campo. Em uma comparação entre serviços masculinos e femininos, existe o estigma que as mulheres trabalham menos ao fazerem serviços mais "leves".

A criação de pequenos animais, o plantio de frutas e a reprodução social da família têm um valor social inferior ao das tarefas masculinas. Apesar de serem atividades essenciais para o autoconsumo familiar e para o abastecimento do comércio local, as tarefas das mulheres são entendidas como trabalho leve ou como não-trabalho. Essa oposição ou separação se estende às várias tarefas desempenhadas nas áreas rurais, mesmo as tarefas realizadas na lavoura - como a distribuição de sementes nos sulcos ou o pastoreio - são consideradas trabalhos levanos, já que em muitos casos são realizadas por mulheres e jovens. (DANTAS, 2015, p.47)²⁵

Estas respostas podem nos dar algumas indicações sobre sua relação com o próprio trabalho. O primeiro ponto a se destacar é que a grande maioria das mulheres rurais gosta e tem orgulho de seu trabalho. Como visto durante a pesquisa exploratória (ver gráfico 8), 77% das participantes são felizes no meio rural. Ainda assim, percebemos que nem todas se identificam com a profissão. Paulilo (2016) faz um resgate da história de luta das mulheres agricultoras através de uma pesquisa

²⁵ La cría de pequeños animales, la plantación de frutas y la reproducción social de la familia tienen un valor social menor en comparación con las tareas masculinas. a pesar de ser actividades esenciales para el autoconsumo familiar y para el abastecimiento del comercio local, las tareas de las mujeres son entendidas como trabajo liviano o como un no trabajo. esta oposición o separación se extiende en las diversas tareas realizadas en el medio rural. incluso las tareas realizadas en el cultivo - como la distribución de semillas en los surcos o el pastoreo del ganado - son consideradas trabajo liviano, ya que en muchos casos estas con realizadas por mujeres y jóvenes. (DANTAS, 2015, p.47)

sobre o Movimento de Mulheres Agricultoras em Santa Catarina. Em seus relatos, ela esclarece que as mulheres rurais foram tendo acesso a direitos já garantidos para as mulheres urbanas através da Constituição de 1988. "O reconhecimento das agricultoras como produtoras rurais, tendo com isso acesso aos direitos previdenciários, foi uma das grandes conquistas dos movimentos sociais rurais, entre eles o MMA. Esses direitos dizem respeito à aposentadoria aos 55 anos, salário-maternidade, auxílio-doença e pensão-viuvez" (PAULILO, 2016, p.239).

Ou seja, se hoje as mulheres de Camboriú têm seus direitos trabalhistas assegurados, em parte isso se deve à luta travada anos atrás, pelos movimentos sociais no campo. A preocupação com o futuro, a aposentadoria e os anos de contribuição são um ponto em comum entre todas elas. Entretanto, nem todas tiveram (ou têm) seus direitos assegurados. É o caso de Dona Alicinha Teixeira, que durante a juventude trabalhou durante muitos anos em uma propriedade, sem ganhar salário fixo. Seu marido era assalariado, com carteira assinada. Ela, porém, trabalhava para a mesma família, mas sempre na informalidade. Hoje Alicinha já é aposentada, conseguiu estabelecer seus direitos através do Sindicato de Produtores Rurais.

Meu marido era assalariado, ele ganhava o salário dele por mês. Mas eu nunca tive salário na chácara, eu trabalhava e ajudava. [...] Ele trabalhava, fazia todo o serviço e eu ajudava no que podia, só que eu não era assalariada. A mulher sempre me dava as coisas, ela me ajudava muito, ela dava roupa pras crianças, dava as coisas pra mim, mas eu não era assalariada. (ALICINHA TEIXEIRA)

Quando questionada se ela não tinha vontade de ser contratada, Alicinha responde que os proprietários da chácara não tinham interesse. Mesmo assim, ela fazia todos os serviços que a patroa lhe pedia e os patrões "davam liberdade pra gente ter porco, galinha, vaca, tudo o que a gente tinha" (ALICINHA TEIXEIRA). Com isso, percebemos que Alicinha trabalhou em seus primeiros anos de casada sem um salário fixo e sem direitos trabalhistas, mesmo assim, em sua fala não há evidência de ter ficado insatisfeita com isso. Ao contrário, ela demonstra certa gratidão com a família, que permitia que eles tivessem seus próprios animais para a criação, ao mesmo tempo em que trabalhavam na chácara.

Não nos cabe aqui questionar a situação trabalhista em que Alicinha viveu, entretanto, conforme esclarece Paulilo (2016), o trabalho - seja ele remunerado ou não - sempre foi importante do ponto de vista feminista. Conforme a autora, considerar como trabalho as inúmeras atividades desenvolvidas pela mulher no lar e nas pequenas propriedades agrícolas foi uma forma de torná-las visíveis e mais valorizadas. Prova disso é o reconhecimento pessoal que elas demonstram ao assumir sua profissão como agricultoras, ou produtoras rurais. É o exemplo de Maria Rampelotti

que, apesar de já ser aposentada, quando questionada sobre sua profissão ela não tem dúvidas: é agricultora.

A maior parte da minha vida foi na agricultura. Tenho orgulho de dizer que sou agricultora. Tem gente que tem vergonha, né. Eu não. Eu tenho é raiva quando eles vão na feira e dizem 'a feirinha das colona'. Não, não é colona, é agricultora. Não tem colono aqui. É agricultor. (MARIA RAMPELOTTI)

Quando questionada a razão de não gostar da palavra colona, ela diz que "não está presa, não tá louca pra estar na colônia". Interpretamos aqui que Maria faz uma associação da palavra "colona" como algum paciente que estivesse internado em uma colônia para distúrbios mentais²⁶. Por isso usa sempre o termo agricultora. Tal reconhecimento como produtora rural é percebido por outras entrevistadas, como Alice de Souza. A mesma pergunta foi feita para ela que respondeu: é piscicultora. "Me identifico, eu ajudo na marcenaria mas o que eu mais gosto é o peixe". Sobre o reconhecimento como profissional e, mais do que isso, quanto ao trabalho remunerado, Paulilo (2016) afirma que é considerado fundamental, pois, em uma sociedade onde quase tudo se compra, o acesso da mulher a alguma forma de renda própria deveria torná-la mais independente do marido e mais participante nas decisões que envolvem tanto o grupo doméstico como a sociedade mais ampla.

Durante a pesquisa notamos que nem todas as entrevistadas percebem sua posição como trabalhadoras do campo, ou pertencentes à esta classe. Foi o caso de Maria Inês, que apesar de trabalhar com lavoura, plantação e colheita, não se enxerga como agricultora. Quando questionamos qual sua profissão, a resposta foi "não tenho profissão nenhuma, é do lar, né?". Maria Inês faz parte do grupo 2 de mulheres, que não demonstra interesse por informações ou troca de conteúdos. "A gente faz de tudo, é limpar a casa, é cuidar de casa, é fazer faxina fora, é roçar, é capinar, é tudo. De tudo faz um pouquinho" (MARIA INÊS). Apesar de trabalhar no campo e com produção rural, ela não se enxerga de forma profissional, tanto é que responde ser dona de casa. Talvez essa resposta tenha sido dada conforme o momento em que Maria Inês está vivendo, pois atualmente ela não trabalha no seu próprio campo, e sim no de outras pessoas, quando é contratada. Ela e o marido estão trabalhando por diária, enquanto decidem o futuro do sítio. Ainda assim, conforme Dantas (2015) afirma, essa falta de reconhecimento profissional pode ser proveniente de uma cultura machista. Para a autora, superar a divisão sexual do trabalho no campo significa romper com a hierarquia existente entre tarefas de homens e mulheres, reconhecendo que isso resulta de construções sociais que buscam perpetuar o patriarcado na sociedade. "Também significa visualizar

²⁶ Uma das principais instituições psiquiátricas de Santa Catarina foi fundada na cidade de São José, na década de 1940, cerca de 70 quilômetros de distância de Camboriú. O nome do hospital, inclusive, se chamava Colônia de Santana (talvez daí a associação com a palavra colona).

e valorizar o trabalho produtivo e reprodutivo feito pelas mulheres em casa ou no cultivo e aceitar que homens e mulheres possam realizar ambas as tarefas" (DANTAS, 2015, p.49)²⁷.

Há outros casos, também, de mulheres que vivem a rotina rural mas não se reconhecem como produtoras do campo - talvez pelo rumo que o trabalho tenha tomado, distanciando-se um pouco das plantações. Foi o caso de Bárbara Rampelotti, por exemplo. Vinda de uma família de rizicultores Bárbara nunca chegou a trabalhar nas plantações. Ela está ligada à produção rural através dos biscoitos, pães e bolos tradicionais de sua família. Sua avó, Maria Rampelotti, é incisiva quando diz que sua profissão é agricultora. Já Bárbara (que é formada em Administração), quando questionada sobre sua profissão, responder ser autônoma. As duas trabalham na mesma função, mas têm respostas diferentes para a mesma pergunta. "É nessa área de alimentação, mas é autônomo que eu pago (a contribuição do INSS)" (BARBARA RAMPELOTTI). O pagamento dos impostos como autônoma comprova o distanciamento que ela tem em relação ao trabalho do campo, pois participa do Sindicato Rural, mas não contribui através dele. "Não pago porque essa nossa feira hoje já é uma empresa. Então continua feira da indústria rural, mas tem CNPJ, é uma empresa. Então optei por pagar, né?" (BARBARA RAMPELOTTI).

Apesar de ter cursado graduação, ela não trabalha diretamente na área administrativa - ajuda com as contas da fábrica, mas sua responsabilidade é na produção. A escolha do curso teve influência do pai. Como ela conta, na hora de entrar na faculdade ela teria optado por Direito. Entretanto, não teve o apoio da família.

Eu pensei a princípio em Direito. Mas não sou uma pessoa muito de ler, e meu pai não curtiu muito a ideia do Direito. E ele disse então, que se eu optasse pelo Direito, ele não pagaria a faculdade pra mim. (BARBARA RAMPELOTTI)

Por influência do pai, portanto, Bárbara acabou mudando a opção de curso. Além disso, o trabalho com a família lhe permite algumas vantagens em relação à criação da filha - pode ficar o dia todo com a menina, os parentes ajudam na educação, tem horários mais flexíveis, caso precise sair para alguma emergência. O mesmo acontece com Juraci Gonçalves, que produz seus pães e bolos com matéria-prima vinda do sítio. Durante muitos anos ela trabalhou na lavoura, plantando e colhendo a produção. Agora, porém, trabalha apenas na fábrica e vendendo os produtos na feirinha. Quando questionada sobre sua profissão, ela responde que é doceira. Entretanto, apesar de não se reconhecer como produtora rural, continua pagando as contribuições ao Sindicato Rural, para se

²⁷ Tradução livre. Original: Superar la división sexual del trabajo en el campo significa romper con la jerarquía existente entre tareas de hombres y de mujeres, reconociendo que la misma resulta de construcciones sociales que buscan perpetuar el patriarcado en la sociedad. También significa visibilizar y valorizar el trabajo productivo y reproductivo hecho por las mujeres en la casa o en el cultivo y aceptar que tanto hombres como mujeres pueden realizar ambas tareas.

aposentar como agricultora. Durante a entrevista ela relembra os tempos em que foi agricultora. Mas nos dias atuais, não se vê mais nesta profissão. Como meu marido é agricultor e nós temo ali, eu vou me aposentar porque eu contribuí os 15 anos com um salário, só. [...] Então como meu marido é aposentado pela agricultura, pra ver se eles consegue a minha, como agricultora também (JURACI SCHAEFFER).

Quanto ao consumo midiático relacionado ao trabalho, é interessante perceber que o segmento é muito pouco mencionado pelas trabalhadoras (bem menos do que os conteúdos religiosos, por exemplo). Em nenhuma das entrevistas os conteúdos são mencionados de forma espontânea pelas mulheres. Elas apenas se lembram de que assistem algum programa de televisão sobre agricultura (quando assistem), quando são questionadas especificamente sobre isso. Parecem gostar do conteúdo dos programas, principalmente o Globo Rural, mencionado algumas vezes. Mas a princípio percebem o programa mais como fonte de entretenimento do que de aprendizagem.

Este foi o caso de Marli Geraldo, por exemplo. Quando questionamos sobre os programas de televisão que ela gostava de assistir, sua primeira resposta foi o programa Bem Estar, da Rede Globo. Ela afirma que, quando tem tempo sobrando, este é o que gosta de ver. Somente quando questionada se gostava de alguma programação voltada para a agricultura ela se lembra. "Gosto também, às vezes domingo passa a aquele Globo Rural, né? Aquilo ali eu gosto" (MARLI GERALDO). Ainda assim, quando perguntamos se ela aproveitava o conteúdo em sua rotina de trabalho, ela responde que "tem muita coisa que eles passam que dá pra fazer", mas não sabe relatar nenhum detalhe ou informação sobre algum conhecimento que tenha adquirido no programa, e colocado em prática em sua propriedade.

A mesma situação foi relatada por Bárbara Rampelotti. A princípio, quando perguntamos sobre os produtos midiáticos, ela lembrou das séries e vídeos do Youtube para a filha. Somente quando questionamos especificamente sobre conteúdos voltados para seu trabalho ela lembrou das páginas que segue no Facebook. "Tem páginas ali que compartilham umas receitas, coisas assim, a gente dá uma olhada em alguma coisa né? Mais no Face" (BARBARA RAMPELOTTI).

A falta de mão-de-obra especializada ou profissionalismo dentro da agricultura familiar é um dado apontado pelo último Censo Agropecuário, divulgado em 2006 pelo IBGE. Conforme os dados, o nível de qualificação profissional no Brasil é bastante baixo - na grande maioria dos municípios pesquisados, a qualificação da mão de obra familiar não chegou a 5% dos trabalhadores. Entretanto, a região Sul se destaca nesses índices. Apesar de ainda não ser considerado o ideal, em algumas cidades os números apontam 54% de qualificação dentro da agricultura familiar. Ainda assim, conforme informações divulgadas pelo levantamento, mesmo com menor acesso à tecnologia, mão-de-obra menos qualificada e produção pouco integrada ao mercado, os índices de

produtividade indicam que a agricultura familiar pode se tornar competitiva em termos de mercado, mesmo ocupando uma área bem menor.

Em Camboriú, de maneira geral percebe-se que uma das grandes fontes de consumo de informação das mulheres em relação ao seu próprio trabalho não vem de conteúdos midiáticos, mas sim de instituições. Com o auxílio de instituições governamentais as mulheres buscam a profissionalização e mais conhecimento em suas áreas. Juraci Gonçalves conta que aprendeu receitas e técnicas para a produção de pães e bolos através dos cursos da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri) - empresa pública, vinculada ao Governo do Estado de Santa Catarina por meio da Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca. A Epagri oferece cursos e programas de extensão em atendimento ao produtor rural.

Alice de Souza também relata que seu conhecimento na piscicultura veio com o auxílio de profissionais do atual Instituto Federal de Santa Catarina - na época, Colégio Agrícola de Camboriú (CAC). Como conta, ela trabalhava em uma floricultura quando saiu do emprego para trabalhar em uma loja de peixes. Lá foi incentivada a montar sua própria criação, junto com o marido comprou um sítio e iniciaram o negócio. No início da criação eles contaram com o apoio dos profissionais do setor de piscicultura, do antigo CAC. "Nós fomos no Colégio Agrícola que deu muito suporte pra nós, no começo. Mais para auxiliar a gente nessas coisas, são excelentes. Dai começou com o cascudo, depois a carpa" (ALICE DE SOUZA). Sobre o seu conhecimento na área, Alice conta que dificilmente fazia pesquisas na internet ou em revistas do segmento. A principal fonte de informações foram as conversas e ensinamentos dos profissionais. Tempos depois, quando começou a ganhar mais prática e experiência na atividade, os encontros viraram troca de conhecimento sobre a criação.

Colégio Agrícola foi de grande valia, deram muito suporte pra gente no começo. Depois a gente ajudava eles [...] A gente foi fazendo teste, né? Tanto é que depois a gente foi no Colégio Agrícola e eles disseram, 'meu deus o que foi que vocês fizeram pra tirar tanto cascudo?' (ALICE DE SOUZA)

Essa troca de experiências, como conta Alice, aconteceu quando ela e o marido descobriram como fazer a procriação do cascudo utilizando um método diferente do que costumava ser feito no CAC. Como relata, o cascudo desova em tocas e por isso, ao invés de fazer buracos na margem da lagoa, eles colocaram os pneus dentro da água. O peixe se adaptou bem e desde então a procriação vem sendo desta forma. O conhecimento foi repassado aos profissionais do CAC - ou seja, hoje, já ocorre uma troca de informações entre os profissionais da instituição e os criadores.

4.4 CONSUMO MIDIÁTICO: O MEIO DIGITAL SE TORNA PARTE DO CAMPO

O consumo cultural realizado através do consumo da mídia – como nos discursos encontrados na literatura, arte e comunicação de massa – é capaz de registrar os dramas da cidade, o que nela se perde e o que se transforma, conforme Canclini. Os discursos “podem nos ajudar a encontrar um estilo de explicação e interpretação adequado à medida e ao modo das coisas que estão ocorrendo” (CANCLINI, 2010 p.113). Observar o consumo de mídia não deixa de ser, portanto, uma observação da sociedade, da cultura produzida e de que forma a sociedade responde à tal cultura.

Ainda sobre o consumo midiático, Canclini esclarece que desde os anos 1950, a principal via de acesso aos bens culturais, além da escola, são os meios eletrônicos de comunicação. A proporção de lares com rádio e televisão na América Latina é semelhante, e em alguns casos maior, do que a de lares em que seus membros completaram o primeiro grau.

A escassa integração nacional, propiciados pelos livros de texto concentrados na história nacional e frequentemente distorcedores da história dos países vizinhos, não é melhorada ao ser complementada pela informação sem consistência histórica, superficialmente conectada com a atualidade mundial oferecida pela televisão e pelo rádio. O enorme consumo de meios de comunicação de massa, superior ao de muitos países metropolitanos, não é sustentado por uma produção endógena para os meios eletrônicos que informe e vincule adequadamente os países da América Latina (CANCLINI, 2010, p.182)

De acordo com o autor, como o cinema, a televisão – e, em menor escala, o rádio – prioriza a informação e os entretenimentos que vêm dos Estados Unidos. A representação da diversidade das culturas nacionais é baixa em todas as nações latinas. Martin-Barbero (1997) se questiona quando houve uma circulação cultural, e conseqüentemente o consumo desta cultura e das mídias que as propagam, em outras épocas se não na sociedade de massa. Para ele, enquanto o livro manteve e até reforçou durante muito tempo a segregação cultural entre as classes, outros tipos de mídia facilitaram o fluxo e consumo, como o jornal, o cinema e o rádio. Ainda de acordo com o autor, pela primeira vez é possível pensar no que se passa culturalmente com as massas – e isso representa um desafio aos pesquisadores. Isso porque existe a necessidade de incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam; e se pensar o popular na cultura não como algo limitado ao que se relaciona com seu passado, mas também e principalmente o popular ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano (MARTIN-BARBERO, 1997, p.61).

É o caso de Juraci Schaeffer. Ela considera que assiste muito pouco à televisão em relação aos programas de entretenimento, como novelas ou filmes. Ainda assim, quando o assunto são notícias e informações, ela parece mais interessada e diz que gosta dos jornais. "Não sou fissurada

em novela não, porque a gente nunca teve tempo assim de ficar em casa, toda vida trabalhando, trabalhando, trabalhando. [...] Então muito pouco, também. O que eu gosto ainda é o jornal, jornal eu gosto. É na Globo, no SBT, qualquer jornal, qualquer um" (JURACI SCHAEFFER).

Embora a televisão tenha sido um dos meios mais citados durante a etapa exploratória, nas entrevistas com as participantes este dado não foi repetido. Grande parte das entrevistadas diz que ouve mais rádio do que televisão, pois não tem tempo de ficar parada para assistir - ou então, não gostam da programação. A entrevistada Marli, por exemplo, também fez uma comparação entre o rádio e a televisão, e reforçou que entre os dois o que mais utiliza também é o rádio. "Eu gosto, tenho meu radinho. Acordo e ligo o rádio, daí quando saio pra trabalhar eu desligo" (MARLI GERALDO). Sobre o conteúdo que gosta de escutar, ela fala que são reportagens, pois fica sabendo de tudo, e a previsão do tempo. Mas também gosta de ouvir as músicas. "Quando eu to sozinha eu boto o rádio bem alto. Chega um, ou ele (o marido), chega eu já desligo. Não gosto de barulho porque gosto de conversar. Ali eles tiram a atenção, aquela música alta tira a atenção" (MARLI GERALDO).

Outras pesquisas já comprovaram a importância do rádio no cotidiano das famílias rurais. As autoras Weber e Devéns (2010), ao divulgarem um estudo realizado em uma comunidade agrícola do Rio Grande do Sul, constataram que o rádio se torna uma alternativa de distribuição de informação bastante eficaz, por algumas vantagens que apresenta: baixo custo e valor de aquisição para quem o consome, linguagem simples e rápida e contato próximo à comunidade. "Além deste, é comum cooperativas e sindicatos fazerem amplo uso do rádio, criando informativos para que a informação chegue mais rápido aos trabalhadores rurais" (WEBER; DEVÉNS, 2010, p.47).

Outro dado merece destaque pois entra em contraste com o que foi analisado durante a pesquisa exploratória: o fato de que as mulheres preferem assistir novela na televisão. Ao menos com o grupo selecionado nas entrevistas, esta não foi a realidade constatada. Primeiro porque grande parte delas diz não assistir muito à televisão. Segundo porque, quando assistem, disseram ter mais interesse nos programas voltados à religião do que nas novelas, por exemplo. Este também foi o caso de Marli. Ela responde que assiste o canal da TV Aparecida e a Rede Vida.

'Assistimo' direto a missa das seis horas (da tarde), o domingo de manhã. A missa de manhã quase não assisto porque tenho que estar trabalhando, né? Mais é de noite, as seis horas. Olha, tirando esses 'canal', os outros é um terror. Assisto o jornal, mas é só notícia ruim, né? Muito pouco. Novela, essas coisas mesmo, eu nem perco tempo, não, não, não. Nem perco tempo. (MARLI GERALDO)

Ainda que a televisão e o rádio estejam na casa de todas as mulheres, algumas são mais irredutíveis quando o assunto é se manter informada. É o caso das mulheres selecionadas do grupo

2. Maria Rampelotti, diz que possui o aparelho no quarto, mas só o marido assiste pois ela não tem tempo. Ou então, quando liga a televisão ela acaba dormindo. "Liga a televisão eu já durmo, não dá nem tempo. É igual anestesia, mas mesmo" (MARIA RAMPELOTTI). Já em relação ao rádio, ela diz que liga o aparelho quando se lembra, e então vai fazer algum serviço doméstico.

Olha, tem dia de manhã que eu me alembro de ligar, pra escutar os caipira e coisa, né? Mas tem dia que eu nem me lembro, passa da hora e eu nem me alembro mais de ligar. Conforme o que tem pra fazer, porque eu já levanto fazendo uma coisa, fazendo outra. Hoje de manha inda liguei, tava dobrando roupa e escutei. Ali fica escutando, fazendo serviço (MARIA RAMPELOTTI)

Quando questionada se gosta de ouvir as notícias, ela diz que seria até bom, mas ultimamente é só roubo, morte e ladrão. "Tem hora que dá até nojo pra gente, né? É igual os da política, né? Porque prendeu, porque roubou, mas porque 'roba' toda vida? quem não roba é o pobre, né? Porque tem medo de ir preso e não pode pagar fiança" (MARIA RAMPELOTTI). Ainda sobre a política, a trabalhadora diz que "os bicho são perigoso, e vai ser toda a vida. Vai pensar que vai mudar... vai mudar a mosca, mas a catinga é a mesma". Outro exemplo de menor interesse pela informação em meios midiáticos, é da agricultora Maria Inês. Logo de início ela diz que não gosta de saber de notícias, tanto é que não assiste televisão. Ainda assim, quando questionamos a razão de não gostar, ela não sabe definir muito bem.

Não sei. A TV quando morre um, ah fulano morreu, não sei o que, não sei o que. Daí a gente fica desesperado, chora. Poxa, quando tava vivo não deu valor, daí depois que morre vai chorar pra quê? Daí eu penso isso comigo, né? Então isso ali tudo me enche o saco, entendesse? Não to certa? Quando tava vivo se precisava de um copo de água não ia lá servir. Daí dai depois que morreu vai chorar, se acabar pra quê? Ai isso ai me enche o saco. (MARIA INÊS)

Apesar de não gostar de notícias e informações, também questionamos o que ela gosta de assistir na televisão. Como resposta, ela afirma que "essas coisa de novela, besteira assim, eu não gosto". Insistimos mais uma vez e ela completa, que não vê filmes, nem jornal. Em casa, quem liga a televisão é o marido e o filho. Quando termina o serviço de casa, ou o trabalho no campo, ela prefere dormir do que assistir à televisão ou ouvir o rádio. "Eu vou dormir (risos). É melhor dormir, descansar a mente do que ver coisa pra perturbar mais a mente ainda" (MARIA INÊS).

Com estes depoimentos percebemos que nem todas as informações oferecidas durante a pesquisa exploratória sobre a internet e a televisão se confirmam nas entrevistas. A razão desta disparidade pode ter ocorrido devido ao perfil das mulheres selecionadas, ou então, por uma possível imagem que as mulheres gostariam de passar durante a entrevista. Por exemplo: algumas delas disseram não assistir televisão por falta de tempo, pois tinham muitos afazeres (tanto de trabalho como doméstico). Talvez, em seu imaginário como mulheres trabalhadoras do campo,

"parar para assistir televisão" seria uma maneira de parecer ociosa, improdutiva, diante de tanto trabalho a ser realizado. Esta poderia ser uma das justificativas, visto que a grande maioria delas cresceu no campo, em uma rotina pesada de trabalho. Ou seja, desde crianças estão habituadas a "não ficarem paradas".

Outra informação que surgiu durante a entrevista é o fato de não gostarem do conteúdo televisivo, pois é violento, só tem notícias ruins. Deste ponto de vista, retornamos à questão do consumo midiático sobre o que consomem estas mulheres. Para este tipo de estudo, conforme Canclini, interessa saber o que os indivíduos consomem da mídia – meios e produtos/conteúdos –, a maneira com que se apropriam dela (do que consomem – como a utilizam) e o contexto em que se envolvem com ela (lugares, maneiras, rotinas...). Schimitz (2015) reforça o posicionamento de Canclini diante da abordagem de consumo, afirmando que o consumo é cultural, pois o ato de adquirir qualquer bem é muito mais amplo do que a ação de posse. Independente do que se consuma, o processo inclui distinção simbólica, assim como integra e comunica, objetiva desejos e ritualiza a satisfação. A autora completa, ainda, que as investigações de consumo midiático que pretendem “entender o que os indivíduos consomem na mídia, as práticas envolvidas no processo, os usos e sentidos fabricados a partir deste consumo que não está circunscrito a um programa ou veículo específico” (SCHIMITZ, 2015, p.271). Com isso, percebemos que o consumo das mulheres rurais em relação à comunicação acontece através de uma apropriação e ressignificação das mensagens. O consumo de mídia acontece, tanto quanto as práticas envolvidas neste consumo – como já esclareceu Canclini. Ao frequentar um evento religioso, por exemplo, ocorre o consumo das informações que lá são repassadas, mas também dos rituais e mensagens transmitidos através deste evento.

Durante as entrevistas, também foi questionado às mulheres a sua preferência pelo rádio - visto que o meio foi um dos mais populares durante a fase exploratória. Das 40 mulheres entrevistadas, 30 afirmaram possuir o aparelho em casa. E há também quem não possua o aparelho, mas escute a programação das emissoras pelo celular, através de aplicativo. É o caso de Alice, que gosta de ouvir a rádio católica Divino Oleiro pelo celular: "escuto bastante, é mais no celular que a rádio pega muito bem. Então põe no alto falante né, uso mais o de Souza celular". Já para Juraci, o rádio é "sagrado". Através deste dispositivo midiático ela consegue aproveitar as formas de entretenimento e também se manter informada. Como relata, a primeira coisa que faz ao amanhecer é ligar o aparelho. Durante o dia ela vai ouvindo a programação das suas duas emissoras preferidas: a Rádio Massa e a Rádio Menina. O que mais gosta de ouvir são as músicas sertanejas. No final do dia ela ouve o programa de notícias do apresentador Luiz Carlos Tigrão (na Rádio Menina) e também a Voz do Brasil.

Conforme a pesquisa exploratória, os temas que mais interessam às mulheres rurais no rádio são a música sertaneja, os programas jornalísticos e as músicas/emissoras com tema gospel. Esse dado também se confirmou nas entrevistas, conforme o depoimento de Juraci. Já para Maria Rampelotti, a principal função do rádio é o entretenimento. Ela escuta o programa de música caipira enquanto faz o serviço da casa. "Olha, tem dia de manhã que eu me alembro de ligar, pra escutar os caipira e coisa, né. Hoje de manhã ainda liguei, tava dobrando roupa e escutei. Ali fica escutando, fazendo serviço" (MARIA RAMPELOTTI). Quando questionada se gostava de ouvir notícias pelo rádio, Maria responde que notícia até que é bom, mas tem hora que "dá até nojo", devido à violência das pautas e às notícias negativas falando de mortes e roubo. Para ela, notícia ruim também é sinônimo de política.

Porque prendeu, porque roubou, mas porque roba toda a vida? Quem não roba é pobre né, porque tem medo de ir preso e não pode pagar fiança. Só a gente mesmo, porque os bicho (políticos) são perigoso. E vai ser toda a vida, vai pensar que vai mudar? Vai mudar a mosca, mas a catinga é a mesma (MARIA RAMPELOTTI).

Para Hoff e Aires (2015) consumir é também se comunicar, e a comunicação pode ser percebida como um índice das relações sociais. Observa-se, portanto, não somente uma direção para os significados atribuídos às coisas, mas sim, múltiplos sentidos. Conforme as autoras, comunicamos quem somos pela marca da roupa que vestimos, pelo estilo musical que escutamos, ou pelo nosso programa de televisão favorito. As autoras afirmam que consumimos imagens, visualidades, modelos, condutas, ideias, lugares, identidades, sonhos, planos e valores, que se expressam através de um objeto, com a ajuda de alguns mecanismos de transferência de significado, como a publicidade e a moda.

Desse modo, podemos afirmar que o consumo é o lugar de encontro da cultura com a ordem econômica na articulação de modos de vida no social. Ao consumir, estamos continuamente comunicando valores. Comunicação e Consumo estão irremediavelmente interligados. Pensar o consumo é investigar a cultura – traço distintivo da vida humana. (HOFF; AIRES, 2017, p. 150)

As autoras concluem que a cena contemporânea nos instiga a refletir sobre o consumo, a partir das relações que estabelece com processos culturais, comunicacionais, tecnológicos e midiáticos, nos âmbitos da produção e recepção. O consumo implica, para os sujeitos, diversos processos: comunicar, pertencer, participar, estar em rede, buscar e ter visibilidade. Desta forma, as mulheres que consomem determinados conteúdos no rádio, na televisão e na internet, fazem parte de um determinado pertencimento comunitário, onde ideias e sentidos são compartilhados. Isso nos faz refletir sobre dona Maria Rampelotti e seu gosto por música caipira. Ela poderia ouvir qualquer

outro conteúdo midiático no rádio, uma informação, notícia da cidade. Mas sua preferência ao ouvir a música caipira nos faz pensar sobre as razões de ela evitar os meios midiáticos para obter informações e favorecê-los como fonte de entretenimento. Talvez as notícias ruins realmente deixem dona Maria Rampelotti desanimada e, quem sabe, as músicas resgatam memórias da infância, trazendo um sentimento justamente ao contrário. Se for este o caso, podemos entender que Dona Maria evita os meios midiáticos para não se sentir triste. De qualquer forma, continua fazendo uso deles - através da música, do lazer, ou quando alguém da família lhe mostra uma foto pela internet.

Outro meio que entrou nos debates foi a presença do jornal impresso na vida das mulheres, como fonte de informação. Camboriú possui dois jornais com veiculação semanal: o Linha Popular e o Jornal Expresso. Entretanto, poucas mulheres apontaram ter o hábito de ler. Isso pode ocorrer por diversos fatores, como a própria falta de gosto por leituras ou então, a dificuldade geográfica. Se em algumas regiões nem o ônibus passa, quanto mais o entregador de jornal. Por isso, muitas vezes elas respondiam que não liam, pois não tinham acesso ao veículo. Foi o caso de Alice de Souza, que disse que lê somente quando vai para a cidade.

Se eu for num lugar e tá lá, daí eu leio. Se tiver que esperar, Se vai no dentista tem um lá, daí eu já aproveito e leio. Geralmente tem revista, revista não é muito minha praia, então nesses lugares que eu vou assim, se tiver eu leio. Até porque eles não chegam aqui né... Quando eu vou na cidade que tem, às vezes tem em lugar que tu vai, em comércio né, tem uns né. Daí eu trago também pra ler, pra saber o que tá acontecendo na cidade da gente né. Assim sim, mas pra comprar ou se chega aqui, aqui não chega. Não vem nem Correio.
(ALICE DE SOUZA)

Outras participantes acabaram afirmando que não gostam de ler o jornal, mesmo se tivessem acesso ao veículo. Na realidade, nestes casos o que falta é o hábito da leitura, mais do que acessibilidade. É o caso de Juraci, que afirma não gostar de ler nada, nem a Bíblia. Ela vê isso como um ponto negativo, mas mesmo assim não gosta. Juraci acredita que uma das razões dessa falta de hábito pode ter sido sua falta de oportunidade para estudar. Como estudou somente até a quarta série (hoje, o quinto ano), ela acredita que não aprendeu totalmente a alfabetização e, por isso, não sabe muitas coisas da língua portuguesa. "Eu estudei só até o quarto ano. Era o que todo mundo fazia, e mesmo assim nem consegui fazer tudo porque tive que sair pra poder ajudar a minha mãe" (JURACI SCHAEFFER). Quando questionada se tinha vontade de voltar a estudar, ela responde que sim, mas já passou sua época.

Agora até pensar eu penso, mas eu me arrependo. Me arrependo assim de não ter (estudado). Mas como a gente morava no sítio, tudo era difícil sabe. Tu não tinha como tu estudar e naquela época lá só tinha até o quarto ano. Mas agora se eu me arrependo de, pelo português sabe. Eu sinto muita falta do português. (JURACI SCHAEFFER)

A realidade de Juraci não é muito diferente da maioria das mulheres rurais de Camboriú. Conforme já esclarecido na primeira etapa do trabalho, 63% das participantes desta pesquisa possuem o Ensino Fundamental incompleto, ou seja, não chegaram até a oitava série. Apenas 18% conseguiram concluir o Ensino Fundamental. Das 40 entrevistadas, apenas cinco delas tiveram acesso ao ensino superior, ou ainda estavam cursando. Os dados de Camboriú estão acima da média nacional, divulgada pelo último Censo Agropecuário. Cerca de 15,5% dos produtores (entre homens e mulheres) no Brasil disseram nunca ter frequentado escola e 79,1% não foram além do nível fundamental. Durante a nossa pesquisa, constatamos que todas as mulheres tiveram a oportunidade de ir à escola, pelo menos durante algum período de sua vida. Entretanto, nem todas conseguiram apreender os conteúdos e isso pode ter ocorrido por diversas razões: impossibilidade de ir às aulas todos os dias, teve de parar de estudar muito cedo e não completou os estudos, etc. O resultado deste êxodo escolar pode ser uma das razões pela falta de interesse das mulheres pelo hábito da leitura hoje, na vida adulta. Algumas já mencionaram dificuldades com a língua portuguesa, outras não têm paciência, e outras ainda, não conseguiam aprender a ler e a escrever.

4.4.1 A internet avança nas roças

Conforme Martín-Barbero (1997) havia afirmado, a cultura é entendida como os códigos de conduta de um grupo ou um povo. É todo o processo de socialização o que está se transformando pela raiz. "Hoje essa função mediadora é realizada pelos meios de comunicação de massa. Nem a família, nem a escola - velhos redutos da ideologia - são já o espaço chave da socialização, os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade" (MARTIN-BARBERO, 1997, p.58). Para o autor, são principalmente estes setores que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma metamorfose dos aspectos morais mais profundos na sociedade. Entretanto, quando Martín-Barbero expôs suas ideias, reforçando que a televisão, a publicidade e os filmes são os novos fios condutores do consumo de mídia, ainda não havíamos vivido o boom da internet. Os conceitos parecem passar por mudanças. Ou melhor, por atualizações - pelo menos é o que foi percebido nas falas das mulheres rurais.

Durante a pesquisa exploratória, o meio de comunicação mais citado pelas mulheres continuava sendo a televisão: 75% das participantes afirmaram que faziam o uso do meio. Já em relação à internet, foi citada por 56% das participantes da pesquisa exploratória. Entretanto, quando retornamos ao campo para entrevistar as sete mulheres selecionadas, fizemos novas perguntas. Quando questionadas sobre os meios midiáticos e as formas de comunicação, a resposta foi quase unânime entre elas: a internet é hoje a maior fonte de informações e comunicação utilizada. Apenas

uma das entrevistadas respondeu que o mais importante seria a família - ainda assim, esclareceu que a família mostra as notícias para ela sempre com o suporte da internet (através do aplicativo WhatsApp).

Os tradicionais meios de comunicação, como a televisão e o rádio, ainda existem e permanecem ativos na casa das moradoras. Mas aos poucos foram dividindo seu espaço com a internet, as redes sociais e os aplicativos de conversas. Esse dado é significativo pois desmistifica a ideia de que as mulheres rurais são alienadas em relação às tecnologias. É justamente o contrário, o levantamento comprova que grande parte delas está conectada e possui forte relação com os meios digitais. A importância e o crescimento da internet, tanto para o meio urbano quanto para o rural, é um dos destaques divulgados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)²⁸ Contínua 2017, do IBGE. Conforme os dados, de 2016 para 2017, o percentual de brasileiros que acessaram à Internet através do celular aumentou de 94,6% para 97,0%. O acesso ao meio dentro das residências também aumentou: 69,3% para 74,9%, ou seja, três em cada quatro domicílios brasileiros possuem internet. Falando especificamente do meio rural, o acesso à internet nas propriedades passou de 33,6%, em 2016, para 41,0%, em 2017.

Talvez a internet não tenha sido tão citada durante a primeira etapa da pesquisa pois, em alguns momentos o seu uso parece não estar totalmente claro na rotina das trabalhadoras. Foi o caso de Marli Medeiros Geraldo. Quando questionada se utilizava a internet, primeiramente ela disse que não. Entretanto, quando perguntamos se utilizava o WhatsApp, ela afirmou que sim. Com essa resposta, entendemos que ela utiliza alguns aplicativos, mas não usufrui amplamente de outras opções possíveis na internet, como pesquisas, acesso a sites, etc. Para ela, o uso da internet fica restrito ao aplicativo WhatsApp, utilizado para lazer e trabalho: envia e recebe fotos, faz contato com a família, assiste vídeos e também faz encomendas. "É assim ó, o filho manda mensagem, mando mensagem pras minhas irmã. Pego leite, pego de um parente meu, passo mensagem pra ele, ele me traz. [...] Só pro trabalho, só pro trabalho" (MARLI GERALDO). Apesar de, a princípio, informar que usa o aplicativo somente para o trabalho, logo Marli esclarece que também usa para conversar com as irmãs que moram longe - e pelo aplicativo a comunicação é mais barata. "Mando, mando. Uso bastante, é" (MARLI GERALDO).

O uso da internet através do celular pelas mulheres rurais em Camboriú acompanha uma demanda que vem ocorrendo em todo o Brasil. De acordo com o PNAD, 97,0% dos entrevistados fez o uso da internet através do celular durante o ano de 2017. Já um levantamento específico sobre

²⁸ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>, acessado no dia 02.04.2019, às 14h34min.

a zona rural, divulgada no mesmo ano pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas²⁹ (Sebrae), afirma que 92,6% da população campesina em Santa Catarina utiliza o celular no meio rural. Além disso, a conectividade dos celulares também foi avaliada entre os moradores e constatou-se que a média do estado está entre as melhores do país. De uma nota de zero a dez, os catarinenses avaliaram a disponibilidade da internet no meio rural em 6,2 (sendo que a nota mais alta foi no Sergipe, com 6,5 e a mais baixa em Roraima, com 4,6).

Apesar de ser utilizado por praticamente todas as mulheres entrevistadas, nem todas gostam dessa forma de comunicação - ou sabem como utilizar. Maria Rampelotti não tem telefone celular pois, como não sabe ler nem escrever, acha que não conseguiria aprender a utilizar o aparelho. Ainda assim, a neta, Bárbara Rampelotti, sempre mostra as novidades da família para a avó, através de seu telefone. Pelos comentários, Maria parece não ter muita paciência com “produtos tecnológicos”.

Eles amostram, no celular dos outros. Nem tenho, nem quero. Tenho ódio dessas velha que ando na estrada com o celular na mão, que são capaz de matar a gente e não solta do celular. São capaz de deixar o carro passar por cima e elas não saem do caminho, ficam ali filada, que eles são capaz de matar a gente, né? (MARIA RAMPELOTTI)

Este também é o caso de Maria Inês. Apesar de estar o tempo todo próxima do celular, ela diz que não gosta de se comunicar através do aplicativo. "Eu até já garrei nojo, sabia? Até disso aqui (mostrando o celular) eu já garrei nojo" (MARIA INÊS). Quando questionada sobre o uso da internet e do WhatsApp como forma de comunicação, ela diz que tem e utiliza, mas não gosta.

Tenho, é. Eu já tirei um monte de grupo ali que fica caindo, caindo, a gente acha que é uma coisa interessante, às vezes algum trabalho alguma coisa, né? Acha que é alguma coisa assim que a gente precisa, porque tem coisa que a gente não precisa, tá vendo? Eu acho assim, né? Cada um, cada um. Ai eles ficam mandando vídeo, mandando sei lá o que, falando besteira, Ai então isso ali me estressou, entendesse? Até tirei, tirei um monte, apaguei um monte. (MARIA INÊS)

Ela também explica que não utiliza muito as opções dentro do aplicativo, que antes olhava mais, "era viciada", mas com o tempo cansou da novidade. Para ela, o aplicativo tem seu ponto positivo pois é uma facilidade, e aprendeu a utilizar desde que comprou o aparelho celular, há cerca de um ano. Ainda assim, ela também faz críticas às notícias falsas que recebe dos contatos e afirma sentir raiva quando as pessoas acreditam e repassam informações que são mentiras.

²⁹ Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/produtor-rural-catarinense-e-destaque-em-inovacao-no-campo,1de2ec958277d510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=tema&codTema=4>, acessado no dia 02.04.2019, às 14h47min.

Ai a gente comprou um celular, comecei a mexer e a gente vai aprendendo. Que quando não sabe, nada enche o saco, né? Dai depois que sabe, que aprende, isso ali vai estressando a gente, né? Dai a gente mandava muita coisa, dai tem que tá apagando aquilo tudo, se não apagar enche o celular. Então a gente tem que tá perdendo tempo nessa merda ali. Se fosse só uma comunicação, ah é, tal coisa. Que nem a minha amiga: tu tá em casa? Não enche tanto. Agora vídeo, áudio, essas coisas vai enchendo tudo o celular. (MARIA INÊS)

Se para Maria Inês o aplicativo é fonte de estresse, para Maria Alice de Souza, também chamada de Alice, ele ajuda na produção, na comunicação com os clientes e com a família. Além disso, a piscicultora explora diversas outras funcionalidades da internet. Para lazer, ou trabalho, a produtora rural usa o Youtube para assistir vídeos, aprende a tocar o violão com o auxílio da internet, ouve programa gospel pela rádio web, faz a divulgação do trabalho do sítio nas redes sociais, vende e encomenda produtos de forma digital. À frente da administração do sítio, ela passa e-mails solicitando produtos e faz contato virtual com clientes e fornecedores. "Hoje com a internet, né? Bem mais fácil, mais acessível. Só passar um emailzinho ali, um WhatsApp, mais prático" (ALICE DE SOUZA)

Através desses relatos percebemos o consumo realizado pelas mulheres rurais em relação aos produtos e facilidades oferecidos pela internet, e retornamos ao nosso objetivo de pesquisa, que é compreender os usos e atribuições destes meios feitos pelas mulheres. Além de objetos físicos em si, como insumos, sementes, matéria-prima, as mulheres consomem também a ideia de possibilidades oferecida pela internet. A popularização da internet no meio rural pode estar ocorrendo devido às grandes facilidades que o meio oferece para quem vive no campo - encurta distâncias, aproxima os clientes, agiliza compras e vendas e, além disso, ainda serve como uma opção de lazer para quem mora distante dos centros urbanos. Além disso, desde 2014 a conexão foi facilitada na região rural de Camboriú, devido ao Programa de Telefonia Fixa e Internet no Meio Rural³⁰, desenvolvido em parceria com o Governo do Estado. Desde então, torres repetidoras de sinal vem sendo instaladas na zona rural, o que também facilitou o acesso a este meio. A realidade de Camboriú, entretanto, não é a mesma vivida no restante do Brasil. Conforme os dados do PNAD, a disponibilidade de internet no meio rural ainda tem muito o que melhorar. Na zona rural, 21% dos entrevistados afirmaram não ter internet por falta de disponibilidade na região.

Podemos entender que a internet se tornou, portanto, fonte de trabalho, diversão e comunicação no cotidiano das mulheres rurais de Camboriú. Essa informação também é corroborada pela pesquisa divulgada pelo Sebrae. Conforme o levantamento, cerca de 80,8% dos

³⁰ O programa é desenvolvido em parceria com as prefeituras, os municípios viabiliza o estudo técnico e elaboram o projeto, já o governo estadual repassa os recursos para a implementação.

produtores rurais catarinenses utilizam o meio para questões relacionadas ao negócio rural, mas também para uso pessoal. A internet é, portanto, um dos meios onde a apropriação e usos oferecidos às informações e conteúdos é mais perceptível, pois elas entrevistadas falam sobre os aplicativos, conteúdos que receberam e o resultado da experiência - que cada pode ser diferente para cada uma delas.

Falando especificamente sobre o WhatsApp, algumas acreditam nas informações recebidas, outras contestam e rejeitam, outras passam adiante. Com maior ou menor intimidade dentro do amplo universo de opções oferecido pela internet, o fato é que as mulheres rurais estão conectadas e fazem uso desta ferramenta. Esse comportamento acompanha o fenômeno que ocorre em todo o Brasil, não só em espaços rurais. Somente em território nacional, o aplicativo tem cerca de 120 milhões de usuários, conforme dados divulgados em 2018 pela própria empresa. Isso representa 65% da população brasileira³¹. Ou seja, mais da metade dos brasileiros (considerados os que possuem 10 anos de idade ou mais) fazem o uso do aplicativo.

Como já foi mencionado anteriormente, o uso da internet parece ser uma das principais fontes e comunicação e acesso com o mundo no universo rural de Camboriú. Em sua pesquisa, Viero e Silveira (2011) destacam que a internet é uma ferramenta poderosa, mas ainda assim, é só uma ferramenta. Ou seja, sua utilidade depende de como, quem e para quem se utiliza, e dos interesses que representa para os usuários.

Em se tratando de mundo rural, uma série de questões surge acerca do processo de adoção da internet, podendo-se destacar: o acesso, o uso, a apropriação e todo o elo condicionado pelo contexto em forma de oportunidades e ameaças. A adoção da internet somente será efetiva quando o produtor tiver incorporado seu uso na rotina cotidiana, ou seja, quando a empregar com naturalidade na busca por soluções ou alternativas aos problemas do seu dia a dia. (VIERO; SILVEIRA, 2011, p.274)

O que as autoras querem dizer com isso, portanto, é que a internet pode ser uma forte aliada dentro da produção rural, desde que se saiba como utilizá-la. É possível utilizar informações e conhecimentos disponíveis na internet e trazer esses dados para o campo, na hora de plantar e colher. Como percebido na fala da entrevistada Maria Inês, a internet e seus aplicativos podem ser um empecilho e um incômodo no dia a dia. Pode distrair e tirar o foco do trabalho. Entretanto, também aproxima produtor e consumidor, encurta as distâncias e facilita a comunicação, como foi relatado por Maria Alice. As mulheres do meio rural, inclusive, demonstram mais intimidade com o meio. Conforme o levantamento do PNAD, a porcentagem de mulheres que acessou a internet em

³¹ Informações divulgadas em matéria da Folha de São Paulo, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>. Último acesso em 01.04.2019, às 12h58min.

2017 foi de 41,9% - mais do que os homens, com apenas 36,3%, o que demonstra interesse de aprendizado e adaptação às tecnologias.

Ainda de acordo com as autoras Viero e Silveira, é possível afirmar, então, que o meio rural já não pode mais ser visto como um local distante e atrasado pelos que vivem no meio urbano e industrial, mas sim como um ícone de diversidade que está em constante desenvolvimento. Diante disso, a internet e suas funcionalidades se consolidaram como uma necessidade de trabalho e opção de entretenimento no meio rural.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo proposto neste estudo foi de analisar o consumo de mídia das mulheres rurais e de que maneiras este consumo pode interagir com seu cotidiano. Após um longo percurso teórico e metodológico, constatamos que o consumo de produtos midiáticos acontece cotidianamente no meio rural - algumas vezes de forma mais intensa, outras de forma mais espaçada, dependendo dos interesses da mulher pesquisada. Ainda assim, o consumo está notavelmente presente em seu dia a dia: seja nas notícias que recebe da família pelo aplicativo WhatsApp, na troca de informações com as colegas na feirinha, ou nos discursos que absorve dos líderes religiosos.

Ao iniciar esta pesquisa partimos da premissa de que o consumo de mídia interfere (direta, ou indiretamente) na construção da realidade das mulheres agricultoras. Este pressuposto foi confirmado parcialmente. O consumo midiático faz parte dos hábitos das mulheres rurais, ainda que por caminhos mais modernos do que imaginados inicialmente. Se ainda existe a ilusão de que as trabalhadoras estão isoladas em suas propriedades, comunicando-se com o mundo apenas através da televisão, telefone, ou do antigo rádio de pilhas, esta realidade é uma raridade hoje em dia. É verdade que ainda existe em Camboriú um grupo com menor interesse pelas notícias e informações, que está aquém do lançamento das tecnologias.

Entretanto, de forma geral as mulheres rurais se descobriram como usuárias assíduas dos meios digitais. A televisão, antiga companheira, ainda tem espaço nas residências - assim como o rádio. Porém, boa parte do entretenimento e das informações é recebida, consumida e compartilhada através da internet e das redes sociais. Com o surgimento e a popularidade dos smartphones, a internet se alastrou na zona rural e tomou espaço dos tradicionais veículos de comunicação. A resistência contra as novas tecnologias é pequena - surge apenas de algumas mulheres mais velhas que não tiveram oportunidades de estudo e, talvez por isso, não sentem intimidade com os aparelhos. Algumas também demonstram alguma resistência simplesmente por não terem interesse pela conexão com o mundo. Ainda assim, o digital ganhou seu espaço, invadiu as lavouras, plantações, lagoas de peixes e fábricas de biscoitos. Assim como no meio urbano, o uso e adaptação às tecnologias são um caminho sem volta.

Mais do que uso para entretenimento, foi possível constatar que a internet também está presente nos momentos de trabalho das mulheres rurais. Ela se transforma em um instrumento de pesquisa, compra de insumos e matéria-prima, encomenda de produtos. É através dela que a feirinha se organiza, que as vendas acontecem, que o marketing dos negócios é realizado. Apesar de

não demonstrar tanta utilidade para pesquisas ou informações sobre o trabalho no campo, a internet faz parte da rotina de atividades na zona rural.

Outro objetivo que consideramos foi o de identificar em quais momentos do dia as mulheres buscam por informações. Ficou claro que a rotina de todas elas é bastante cansativa, são horas cuidando do trabalho como profissional e mais um período com os afazeres da casa. Como visto, a divisão do trabalho do lar com a família e com os maridos é privilégio de uma minoria. No campo, o serviço doméstico continua sendo da mulher - uma barreira social difícil de ser ultrapassada. Muitas delas já conquistaram o direito da aposentadoria. Entretanto, continuam trabalhando como fonte de renda extra para a família. Um ponto positivo é que a grande maioria delas é independente em termos financeiros - ou, pelo menos, pode administrar o próprio salário e é responsável pela organização das contas (por mais que não paguem todas sozinhas).

Ainda assim, apesar da rotina corrida, as mulheres encontram tempo de lazer e entretenimento com a ajuda dos meios midiáticos. Nos intervalos do serviço no campo, ao chegar em casa à noite, durante os atendimentos dos clientes na feirinhas, surgem alguns momentos de consumo. O nível desse consumo varia de acordo com a quantidade de trabalho no dia. Aquelas que são adeptas ao uso da internet, mantêm sempre o celular por perto - na bancada da cozinha, no bolso. Já as mulheres que preferem se manter mais isoladas das conexões, procuram outras fontes de lazer que não os meios midiáticos. Ou então, até ligam os aparelhos como a televisão e o rádio, mas somente enquanto fazem o serviço doméstico. De forma geral, então, constatamos que o consumo de mídia acontece intercalado com o trabalho das mulheres, ou até mesmo durante este trabalho - seja ele na roça, ou no lar (como dona de casa).

Um ponto de destaque levantado durante a pesquisa foram as instituições mediadoras que existem no campo e na rotina das mulheres rurais. Foi possível constatar, por exemplo, que a família é vista como a principal fonte de informações e troca de conteúdos das participantes. Seja pessoalmente, ou através de grupos da internet, os parentes são os que compartilham novidades, espalham as notícias e informam sobre quem mora distante. Esse dado foi resultado do campo, pois no princípio do trabalho não existia a premissa de que a participação e a influência da família em relação à comunicação fosse tão grande.

Outras instâncias mediadoras também foram destacadas durante o trabalho, como a igreja e a fala dos padres e pastores. Fica entendido que existe o consumo de informações através dos meios, mas também fora deles. A vida das mulheres rurais longe dos meios midiáticos, ou fora da internet, continua sendo baseada na troca de informações e conteúdos. E a igreja é um espaço onde essa troca acontece, bem como nas feirinhas de produtos coloniais. As mulheres rurais, portanto, realizam a troca de significações constantemente, e em diferentes espaços. A geografia de algumas

propriedades pode afetar alguns tipos de consumo, mas não é porque estão afastadas dos centros urbanos que vivem isoladas. A internet, a família e a igreja são dispositivos fortemente presentes e atuantes em relação aos conteúdos que estas mulheres consomem e compartilham.

Além de uma realização pessoal, esta pesquisa esclarece questionamentos feitos sobre a vivência das mulheres rurais - personagens tão fundamentais do ponto de vista socioeconômico do país - e nem sempre lembradas. Espero que este estudo possa somar para fortalecer a imagem destas profissionais, além de trazer contribuições para o campo da pesquisa em comunicação. Reforço, ainda, que os estudos nessa área e com esta temática estão longe de se esgotarem: o espaço do campo e as mulheres rurais são uma rica fonte de informação e pesquisa. Um levantamento importante realizado durante este período e que merece investigações mais profundas, por exemplo, é a relação estreita que as mulheres rurais possuem com a religião – e que por si só, já poderia servir como fundamento para diversos outros estudos.

REFERÊNCIAS

- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e Observação Participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009. 138p.
- BAR, Laan Mendes. Recepção, mediação e mediação conexões entre teorias europeias e latino-americanas *in* MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, JederJanotti; JACKS, Nilda (orgs.), **Mediação & Mediação**, Livro Compós 2012. Salvador - Brasília EDUFBA: Compós 2012.
- BONIN, Jiani A. **Estratégia multimetodológica em pesquisa de recepção**: revisitando a investigação “Telenovela, Identidade Étnica e Cotidiano Familiar” - Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2001.
- BONIN, Jiani A. **Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação** - Revista FAMECOS • Porto Alegre • nº 37 • dezembro de 2008 • quadrimestral p 121-127
- BONIN, Jiani A. **Pesquisa Exploratória**: reflexões em torno do papel desta prática metodológica na concretização de um projeto investigativo. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXI Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Juiz de Fora, 12 a 15 de junho de 2012.
- BIROLI, Flávia. MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política**: uma introdução – 1ed. – São Paulo: Boitmpo, 2014. 164p.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais *in* MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, JederJanotti; JACKS, Nilda (orgs.), **Mediação & Mediação**, Livro Compós 2012. Salvador - Brasília EDUFBA: Compós 2012.
- CANCLINI, Néstor G. **Consumo, acesso e sociabilidade**. Comunicação, m í d i a e consumo. São Paulo v o l . 6 n . 1 6 p . 1 1 1 - 1 2 7 j u l . 2009
- _____, Néstor G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização; tradução Maurício Santana Dias. 8 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010. 228p.
- _____, Néstor G. **Los estudios sobre Comunicación y Consumo**: El Trabajo Interdisciplinario en Tiempos Neoconservadores. Revista Acadêmica de la Federación Latino Americana de Facultades de Comunicación Social.
- CARNEIRO, Maria José. **Mulheres no campo**: notas sobre sua participação política e a condição social do gênero. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994. Artigo - Estudos Sociedade e Agricultura, PP.11-22. 1994.
- CASAGRANDE, Jacir Leonir. **Movimentos Sociais do Campo**: mulheres agricultoras em Santa Catarina. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1991. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Florianópolis, maio de 1991.
- DANTAS, Conceição. **Autonomía enonómica de las mujeres en los territorios de la ciudadanía**. org: NOBRE, Miriam; FARIA, Nalu; MORENO, Renata. São Paulo: Sempre Viva Organização Feminista, 2015. 104 p.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**; tradução Plínio Dentzien, 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013. (Coleção Etnologia) 296p.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**, in Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação, in org. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. São Paulo: Atlas, 2005. 380p.

DUARTE, Rosália. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Editora UFPR

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D.; JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005. 127 p

FERRARI, Dilvan L. **Agricultura familiar, trabalho e desenvolvimento no oeste de Santa Catarina** - Campinas, SP : [s.n.], 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** - 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008. p.200

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectiva**. São Paulo: Paulus, 2008.

GONZÁLEZ, Fernando J.; SCHWENGBER, Maria S. V.; PINHEIRO, Naira L. M. **Mulheres Rurais e as experiências de lazer: tradição e mudanças**. XIX Conbrace, Espírito Santo, 2015.

GUERRA, Rogéria Gladys Sales. A inserção da mulher no mercado de trabalho diante da desigualdade de gêneros na sociedade brasileira in CLÁUDIO, Maria do Rozario; PEDROSO, Vanessa A. de Melo (orgs.), **Mulheres, do que estamos falando?** Recife: Instituto HumanitasUnicap, 2014. 332p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, **Censo Agropecuário**. Rio de Janeiro, p.1-267, 2006. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/2006/>. Acessado em 03 de março de 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, **Estatística de gênero: uma análise dos resultados do censo demográfico de 2010**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv88941.pdf>. Acessado em 03 de março de 2016.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997.

MARQUES, Camila da S. **Perspectiva sociocultural do consumo: reflexões sobre usos e apropriações a partir de Nestor García Canclini**. UFSM – Comunicon. 2016.

MELO, Delaine Cavalcanti Santana de. Imbricações: gênero, poder e violência contra a mulher *in* CLÁUDIO, Maria do Rozario; PEDROSO, Vanessa A. de Melo (orgs.), **Mulheres, do que estamos falando?** Recife: Instituto HumanitasUnicap, 2014. 332p.

MOURA, Flávia A.; ROCHA, Larissa L. F. **Memória e história**: entrevista como procedimento de pesquisa em Comunicação. Revista Comunicação Midiática. 12, n. 2, p. 161-176, maio/ago. 2017

OLIVEIRA, Rita C. M. de. **Entrelinhas de uma pesquisa**: o Diário de Campo como dispositivo de (in)formação na/da abordagem (auto)biográfica. Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos, vol.2, nº4, 2014.

PAULILO, Maria Ignez. **Mulheres Rurais**: quatro décadas de diálogo. Florianópolis: ed. Da UFSC, 2016. 383 p.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo E. V. **Jornalismo e Representações Sociais**: perspectivas teóricas e metodológicas. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 12, p. 1-12, janeiro/junho 2005.

PIZARRO, Cynthia. **La entrevista etnográfica como práctica discursiva**: análisis de caso sobre las pistas meta-discursivas y La emergencia de categorías nativas. Revista de Antropología. São Paulo: USP. 2014, v. 57 nº 1.

QUEIROZ, Maria Emília M. de Oliveira. A inclusão da mulher e o direito à diferença de gênero *in* CLÁUDIO, Maria do Rozario; PEDROSO, Vanessa A. de Melo (orgs.), **Mulheres, do que estamos falando?** Recife: Instituto HumanitasUnicap, 2014. 332p.

RENK, Arlene; WINCKLER, Silvana. **Para uma biografia da pequena propriedade rural no oeste catarinense**. História: Debates e Tendências – v. 17, n. 2, jul./dez. 2017, p. 307-319

RODRIGUES, José Carlos. **Antropologia e comunicação**: princípios radicais. Rio de Janeiro, 2003. 183p.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001. 216p.

SILVA, Gislene. **O imaginário rural do leitor urbano**: o sonho mítico da casa no campo. Santa Catarina: UFSC, 2009. Artigo - Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo.

SILVA, Maria A.M. **História das mulheres no Brasil**. Mary Del Priore (org); 7. ed. – São Paulo : Contexto, 2004. 571p.

SCHMITZ, Daniela M. **Consumo, sentidos, usos e apropriações nas pesquisas de recepção**: nem tão sinônimos, nem tão distantes. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p.255-275, set./dez. 2015.

SUNKEL, Guillermo. **El consumo cultural em la investigación em comunicaciones em américa latina**. Contornos. Signo e Pensamiento. 45 Volume XXIII julio-diciembre 2004

_____. Imaginário Coletivo: estudos do sensível na teoria do jornalismo. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre: pp.244-252, Vol.17 n.3 – 2010.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. **Consumo Midiático**: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, 04 a 07 de junho de 2013

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação *in* BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 98-109.

TURNER, Jonathan H. **Sociologia**: conceitos e aplicações. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000.

VIERO, Verônica C.; SILVEIRA, Ada Cristina M. da. **Apropriação de tecnologias de informação e comunicação no meio rural brasileiro**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v. 28, n. 1, p. 257-277, jan./abr. 2011

VILLAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003. p.162

WEBER, Andréa F; DEVÉNS, Priscila. **O rádio no meio rural**: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul. Ano I, Num 01 Edição Julho-Dezembro 2010

Corpus das entrevistadas para a pesquisa

GERALDO, Marli M. Entrevistada 4. [Nov. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (28 minutos).

GONÇALVES, Maria Inês. Entrevistada 7. [Dez. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (50 minutos).

RAMPELOTTI, Bárbara. Entrevistada 2. [Dez. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (29 minutos).

RAMPELOTTI, Maria. Entrevistada 1. [Dez. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (26 minutos).

SCHAEFFER, Juraci Passos Coppi. Entrevistada 5. [Nov. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (33 minutos).

SOUZA, Maria Alice. Entrevistada 5. [Nov. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (52 minutos).

TEIXEIRA, Maria Alice. Entrevistada 3. [Nov. 2018]. Entrevistadora: Joana Gall. Camboriú, 2018. Arquivo Mp3. (40 minutos).

APÊNDICE 1 - REVISÃO SOBRE OS ESTUDOS DA MULHER

A fim de aprofundar o estudo e compreender o cenário de pesquisas que vem sendo (ou já foram) realizadas sobre o tema, acreditamos que foi fundamental fazer uma busca ampla sobre o assunto durante a produção desta pesquisa. Nosso objetivo, também, foi de entender de que maneiras outros pesquisadores já abordaram o assunto e qual o interesse da área acadêmica sobre as participantes. Para isso, elaboramos um estado da arte onde o ponto de partida foi selecionar as palavras que tivessem relação com a temática em diferentes bancos de teses e dissertações, como o site da Capes³², Ibict³³ e google acadêmico³⁴. Foram escolhidas as seguintes palavras: “mulher rural”, “mulher agricultora”, “mulher camponesa”, “lavradora”, “campesina”. Nesta primeira busca, foi possível identificar que já existe certo interesse pelo tema, que vem sendo pesquisado em diferentes áreas do conhecimento. Dentre teses e dissertações encontradas nos bancos, foi identificada a somatória de 156 trabalhos – sendo que 32 deles são teses e 124 dissertações.

Foi realizado então um mapeamento com o objetivo de conferir quais áreas têm maior interesse pelo assunto e, conseqüentemente, vem realizando mais pesquisas sobre o assunto. A pesquisa trouxe resultados bastante amplos dentro dos campos de conhecimento. De forma separada, foram analisados os números de trabalhos de mestrado e, logo após, doutorado:

Tabela 1: DISSERTAÇÕES SEPARADAS CONFORME ÁREAS DE CONHECIMENTO

Grupos	Áreas de conhecimento	Quantidade de trabalhos encontrados
---------------	------------------------------	--

³²Banco de pesquisas disponível no endereço eletrônico: <https://capes.gov.br/>, acessado em 05.04.2019, às 10h48min.

³³Banco de pesquisas disponível no endereço eletrônico: <http://www.ibict.br/>, acessado em 05.04.2019, às 10h49min.

³⁴Banco de pesquisas disponível no endereço eletrônico: <https://scholar.google.com.br/>, acessado em 05.05.2019, às 10h50min.

Grupo 1	Saúde Pública, Economia Doméstica, Desenvolvimento Regional, Logística e Pesquisa Operacional, Divulgação Científica e Cultural, Saúde Coletiva, Envelhecimento Humano, Desenvolvimento Regional e Agronegócio, Antropologia, Promoção da Saúde, Ciência Política, Educação nas Ciências, Turismo e Hotelaria, Ciências Sociais, Engenharia Agrícola, Botânica, Administração e Desenvolvimento Rural, Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental, Ciências da Sociedade, Teatro, Direito, Direitos Humanos e Cidadania, Ciência da Informação, Estudos Literários, Antropologia, Ciências e Saúde.	1
Grupo 2	Administração, Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, Economia Rural, História, Agriculturas Amazônicas, Enfermagem, Ciência Animal.	2
Grupo 3	Psicologia, Desenvolvimento Rural, Letras, Ciências Sociais	3
Grupo 4	Comunicação, Serviço Social, Sociologia Política, Desenvolvimento e Meio Ambiente.	4
Grupo 5	Sociologia, Agroecossistemas e Geografia	6
Grupo 6	Extensão Rural	12
Grupo 7	Agroecologia e Desenvolvimento Rural	10
Grupo 8	Educação	15

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Dentre os trabalhos de dissertação, o tema da mulher agricultora foi encontrado em diversas áreas e explorado de diferentes formas pelos pesquisadores. Para esclarecer melhor os dados coletados as áreas foram separadas por grupos, conforme o número de trabalhos destacados em cada uma delas. Com o auxílio da tabela, pode-se notar que 28 áreas (nomeadas como Grupo 1) abordaram a temática apenas uma vez – deixando claro que o assunto ainda pode ser retomado por diferentes ângulos e de formas ainda inovadoras. No Grupo 2, citadas 8 áreas do conhecimento, foram encontrados dois trabalhos com o tema. Já o Grupo 3 possui outras 4 áreas, onde cada uma delas se destacou com três trabalhos. Por fim, o Grupo 4 contempla mais 4 áreas do conhecimento – e é aqui que se encontram os estudos da comunicação – com quatro trabalhos selecionados. Já o Grupo 5, espaço na qual foram destacadas as áreas de Sociologia, Agroecossistemas e Geografia, foram encontrados seis trabalhos produzidos em cada uma delas.

Os últimos grupos são os que representam maior dedicação à temática. Extensão Rural, Agroecologia e Desenvolvimento Rural e a Educação somam 37 pesquisas realizadas. Muito explorada dentro das dissertações por algumas áreas, mas ainda com vastas opções em outras, o tema se mostra bastante versátil e com possibilidades de estudo. O mesmo mapeamento também foi realizado com as teses encontradas sobre o tema, desta vez revelando uma quantidade menor de áreas exploradas. A tabela abaixo foi produzida de forma que mostrasse a quantidade de trabalhos destacados em cada área:

Tabela 2: TESES **SEPARADAS CONFORME ÁREAS DE CONHECIMENTO**

Áreas de conhecimento	Quantidade de trabalhos encontrados
Serviço Social	2
Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade	1
Extensão Rural	2
Sociedade e cultura na Amazônia	2
Letras	1
Ciências Sociais	2
Enfermagem	1
Ciência Política	1
Desenvolvimento Rural	4
Cultura e Sociedade	1
Comunicação	1
História	2
Ciências Humanas	2
Sociologia	1
Educação	4
Sociologia Política	1
Desenvolvimento Sustentável	1

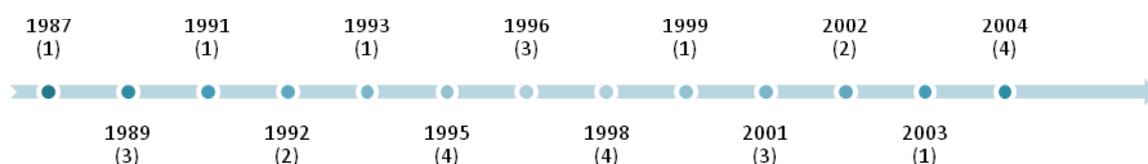
Sistema de Produção Agrícola Familiar	1
Política Científica e Tecnológica	1
Letras Neolatinas	1

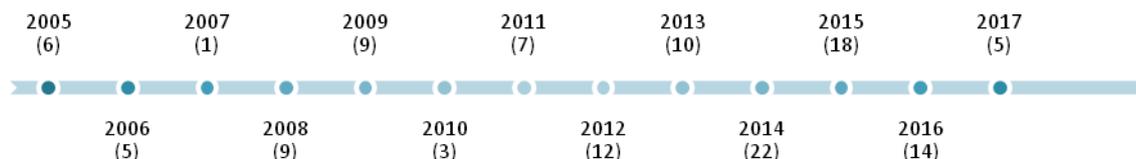
Fonte: elaborado pela autora (2018)

Ao todo, os trabalhos foram distribuídos em 20 diferentes áreas de conhecimento. Os destaques das publicações de teses vão para as áreas de Educação e Desenvolvimento Rural, ambas com quatro trabalhos cada – se somadas, um total de 26% das publicações sobre o tema reunidas somente nestas duas áreas. A exemplo do ocorrido nas dissertações, boa parte das teses sobre mulheres agricultoras se concentra em áreas que têm uma relação mais direta com o assunto, como Extensão Rural, com dois trabalhos e Sociedade e Cultura na Amazônia, também com duas pesquisas. Ambas as áreas englobam 6% das pesquisas sobre a temática. Já os demais trabalhos se distribuem em diversos campos e são explorados conforme o campo de estudo de cada um deles. Ainda que em pouca quantidade, o tema também é representado em segmentos como Letras, Enfermagem e Sociologia, com apenas um trabalho em cada uma delas – representando 3% das publicações, cada. Dentro da Comunicação, os dados também não são expressivos e repetem o exemplo anterior, com apenas uma tese encontrada sobre o assunto.

A data das pesquisas foi um ponto que chamou a atenção durante o trabalho. Seguindo a cronologia, o primeiro trabalho selecionado foi produzido no ano de 1987 e, neste ano, nenhuma outra publicação com a temática foi encontrada. Dentro dos bancos de dados analisados este foi, portanto, a primeira pesquisa realizada sobre mulheres agricultoras. É interessante perceber que a partir de então o tema vem se repetindo praticamente todos os anos, até os últimos registros que datam do ano passado. O assunto realmente ganhou destaque após o ano de 2010, quando vem sendo produzido em maior quantidade na academia. Em 2014, por exemplo, foi o ano com a maior quantidade de registros sobre o assunto: 22 trabalhos. Conforme os dados, não é possível notar uma crescente nas pesquisas sobre as mulheres rurais, porém, percebe-se que o tema permanece de constante interesse pelos pesquisadores.

GRÁFICO 10: LINHA DO TEMPO DA PRODUÇÃO DE TRABALHOS





Fonte: elaborado pela autora (2018)

Além das datas que pontuam os estudos sobre a mulher do campo, outro fator que levamos em consideração foi a região da pesquisa. De maneira geral, o tema é assunto de questionamentos em todo o Brasil – e sendo nosso país um grande produtor agrícola, não é de se estranhar. Ainda assim, algumas regiões se destacaram quando o assunto é pesquisa sobre as agricultoras, em específico. Talvez por ser um estado com forte tradição agropecuária e agrícola, o Rio Grande do Sul vem em primeiro lugar nas pesquisas sobre o tema, reunindo 36 trabalhos do segmento. Inclusive, é neste estado que encontramos algumas pesquisas atrelando a camponesa à comunicação³⁵. A região Sul também se evidencia nas pesquisas com mulheres rurais quando citamos Santa Catarina, com 14 trabalhos do segmento. Porém, já não se pode dizer o mesmo do Paraná, estado que completa a região. Apesar dos dois primeiros estados terem bastante interesse na área, o Paraná apresenta apenas cinco trabalhos sobre a mulher do campo.

A região Sudeste³⁶ do país também apresenta bastante interesse sobre o tema. É o caso de São Paulo, com 30 trabalhos em destaque, e Minas Gerais, com mais 13. Levantando uma hipótese, a tradição produtora de cada um destes estados poderia ser uma fonte de interesse e curiosidade para abordar o assunto nas pesquisas. Ainda que a temática se concentre em maior parte em alguns estados específicos, podemos salientar que o assunto é abordado de forma generalizada pelo país, alcançando estados como Piauí, Pará, Amazonas e Rio de Janeiro.

Outro dado interessante revelado pelo levantamento bibliográfico diz respeito aos autores das pesquisas. Dos 156 trabalhos da amostra, nota-se que a grande maioria foi produzida por pesquisadoras mulheres – total de 84%. Não é o propósito deste estudo entender ou pesquisar este fenômeno, porém, podemos suspeitar que a relação de pesquisadoras mulheres com o tema, que também envolve mulheres, ocorra de forma mais declarada e expansiva em função de uma possível identificação da pesquisadora em relação à trabalhadora do campo.

³⁵ As dissertações “Desperta Mulher: cartografia sobre comunicação e engajamento no jornal do Movimento de Mulheres Camponesas do RS”, da autora Vera Sirlei Martins; e “TV e mulher rural: o programa Globo Rural nas apropriações e produção de sentido geradas por telespectadoras do Assentamento Nova Ramada e Localidade de Santa Teresinha”, de Carmem Rejane Antunes. Ambos serão explorados nos próximos capítulos.

³⁶É importante ressaltar que as regiões Sul e Sudeste concentram a maior parte dos Programas de Pós-Graduação do país. Consequentemente, também apresentam os maiores índices de produções em pesquisas.

PESQUISAS SOBRE A MULHER DO CAMPO

Após termos delineado este panorama geral e, a fim de filtrar um pouco mais os trabalhos e buscar por pesquisas que tenham relação com o que será analisado, partimos para a próxima etapa da análise. Optamos por restringir os resultados gerais usando os filtros por área de conhecimento: para esta etapa foram selecionados apenas as Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas. Após este filtro, o resultado foi de 64 trabalhos. Poderíamos ter ido além e escolhido somente pesquisas dentro da Comunicação – área relacionada diretamente com a dissertação. Porém, no momento em que o tema foi relacionado com a Comunicação, apenas cinco pesquisas se destacaram – evidenciando a necessidade que nossa área tem em aprofundar pesquisas com as mulheres do campo.

O próximo passo foi selecionar, dentro dos 64 trabalhos destacados, quais poderiam fazer uma conexão com a pesquisa e contribuir com a construção da análise. Para isso foi realizada uma nova seleção com base nos títulos, resumos e palavras-chave dos arquivos previamente selecionados. Assim, chegamos ao resultado final de seis trabalhos que poderiam dialogar com minha pesquisa. Vale lembrar que alguns títulos encontrados dentro da área da Comunicação pareciam ter grande relação e utilidade para a pesquisa. Porém, talvez por terem sido produzidos há muito tempo, houve dificuldade em encontrá-los no meio virtual³⁷ e, por falta de tempo hábil seria inviável conseguir uma cópia física.

Na dissertação “A recepção das informações jornalísticas ambientais do programa Globo Rural: os sentidos produzidos por agricultores familiares do município de Santa Rosa”, da autora Patrícia Kolling (2006), ela faz um resgate sobre a agricultura familiar, o avanço da tecnologia e da comunicação e de que forma estes dois últimos pontos, unidos, afetaram o pequeno produtor. Apesar de não ter sido realizado especificamente com mulheres do campo, a análise ajuda a compreender o contexto em que vive este público, casando o tema rural com a pesquisa em recepção – ambos assuntos relevantes para nossa análise.

A autora reflete sobre a recepção das informações (tanto emitidas pelos meios de comunicação como por outras partes) realizada especificamente pelo público rural e afirma que estes moradores manifestam algumas particularidades. Para ela, “fatores como o contexto social e histórico, as características do cotidiano, o relacionamento familiar, as instituições que agem no meio rural e os constantes processos de mudanças por que passaram” afetam suas maneiras de

³⁷ Os trabalhos destacados nos bancos de dados, porém, de difícil acesso foram: “Identidade étnica, cotidiano familiar e telenovela, de Adriana Jiani Bonin, do ano de 2001”. E também “Cotidiano Rural e recepção da televisão: o caso Três Barras, de Veneza Veloso Mayora Ronsini, de 1993”.

recepção (KOLLING, p.21, 2006). Ela vai além em sua análise sobre a recepção do agricultor. Conforme a autora, da mesma forma que as informações refletem, são recebidas e digeridas pelo trabalhador rural, nos últimos anos este também vem influenciando no processamento das informações apresentadas pelos meios de comunicação. Além disso, a recepção das informações pelo público rural é dependente de uma série de fatores. Kolling afirma que estes conceitos de comunicação rural descrevem uma comunicação que se alicerça entre instituições externas e internas do meio rural e as populações que vivem nesses espaços. Porém não se pode esquecer que no ambiente rural existem muitos outros fluxos informais de comunicação, dos agricultores entre si, com vizinhos, parentes e/ou amigos da própria comunidade, de outras comunidades, da cidade, de outras regiões do Estado e país. (KOLLING, 2006, p.56)

A relação com a mídia é multilateral e multidimensional, em que os produtores das informações, como receptores, participam com um repertório de informações, discursos, vivências, histórias passadas e presentes. Também interferem no processo de recepção a cultura e os costumes de cada um, as demais instituições da sociedade, o cotidiano e a situação de recepção. A recepção das informações é, então, constituída por múltiplas mediações, que são estruturas que estão incrustadas nas práticas sociais e no cotidiano da vida das pessoas” (KOLLING, 2006, p. 22)

Além do resgate bibliográfico sobre o agricultor familiar, outro ponto que chamou atenção em seu trabalho foram os procedimentos metodológicos adotados – que supriram as necessidades de abordagem do tema, permitindo a exploração do assunto. A autora optou por uma “estratégia multimetodológica” (KOLLING, 2006, p.112) buscando integrar diversas técnicas como a entrevista individual e em grupo, observação participante e grupo de discussão. Com isso, foi possível coletar dados qualitativos e quantitativos e, conforme ela mesma menciona, “uma riqueza de sentidos e significados sobre o meio ambiente e a televisão foram recuperados junto aos agricultores” (KOLLING, 2006, p.112). Outro ponto que merece destaque em sua pesquisa é quando a autora aborda o tema do consumo – abordagem que se relaciona também com meu trabalho. Como ela afirma, a população rural é consumidora de produtos agropecuários, de alimentos, roupas e de produtos de comunicação. Para atender as suas demandas é necessário conhecer suas necessidades, comportamentos, atitudes e os sentidos que produzem.

Assim, para que a divulgação de informações jornalísticas, campanhas publicitárias e de conscientização sobre a importância da preservação ambiental tenham seus objetivos alcançados, sendo compreendidas e incorporadas pelos receptores, é fundamental que seus produtores entendam as particularidades do processo de decodificação das mensagens e o contexto do processo de recepção. Por isso a necessidade de entender a forma de pensar e agir de quem vive no meio rural. (KOLLING, 2006, p.25)

A autora cita os princípios de hibridação cultural descritos por Nestor Garcia-Canclini, explicando que esse fenômeno promove a articulação de aspectos tradicionais e modernos e a integração entre diferentes manifestações culturais. Em sua revisão ela explica que o termo foi criado para repensar a heterogeneidade da América Latina como um continente formado por países onde coexistem múltiplas lógicas de desenvolvimento. Além disso, serve também para caracterizar as transformações que vêm ocorrendo no meio rural, integrando o tradicional ao moderno, o ultrapassado à tecnologia, o rural ao urbano.

Já um estudo bastante focado no público rural é a pesquisa de Ari João Anschau (2008), “A participação da mulher nos espaços da organização Cooperativa: um estudo de caso da Cotrimaio”. Através de um estudo de caso o pesquisador avalia qual a participação da mulher agricultora dentro da cooperativa Cotrimaio, após cursos oferecidos no Projeto de Desenvolvimento e Capacitação da Mulher Agricultora para a Gestão da Propriedade e o Cooperativismo (PDCMAGPC)³⁸. O autor faz um resumo histórico interessante sobre a mulher agricultora, ressaltando que na grande maioria das vezes a própria mulher se reconhece apenas como uma senhora do lar, uma dona de casa – sem se auto-perceber como trabalhadora rural. Passando pela história, Anschau relembra o histórico de lutas da mulher, o início do trabalho remunerado, o direito ao voto e as organizações feministas que deram suporte à muitas conquistas. A participação em sindicatos é um exemplo. Para o autor, a presença feminina é sentida como o reflexo de uma organização capaz de influenciar uma sociedade ainda respeitosa ao sistema patriarcal. A subordinação perde espaço para a contestação.

Mesmo sendo integrantes de um conjunto da sociedade que não estava afeito à rupturas, as mulheres agricultoras mostram uma disposição para juntarem-se aos demais grupos, objetivando conseguir mais do que reconhecimento. O que essas mulheres querem é assegurar melhores condições de vida e de participação. Não pretendem mais ficar à sombra ou à luz dos homens. (ANSCHAU, 2005, p.25)

Anschau destaca que a partir de movimentos estruturados, a pressão da mulher camponesa começou a surtir efeito. Ela, que sempre esteve a reboque das decisões, teve de esperar muito tempo para ter acesso a direitos inicialmente reconhecidos só para o marido. Outro fato histórico destacado pelo autor e que faz diferença em relação às conquistas das mulheres foi a Marcha das Margaridas³⁹, realizada a partir dos anos 2000. O evento foi realizado como forma de pressionar o Governo Federal e o Congresso Nacional a abordar temas como reforma agrária, meio ambiente e

³⁸ O projeto funciona através da capacitação da mulher agricultora a assuntos inicialmente ocupados pelo público masculino, como mercado financeiro e administração da propriedade. O curso é oferecido através de uma parceria da Cotrimaio e o governo federal, através da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SEPM) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

³⁹ A origem do nome surge como uma homenagem à trabalhadora rural e sindicalista, Margarida Maria Alves, assassinada em 1983, na Paraíba.

saúde - bandeiras de lutas desse movimento. Para o pesquisador, as mulheres agricultoras conseguem vitórias pontuais, mas de grande significado.

É neste contexto de lutas e vitórias que Jacir Casagrande(1991) aborda o Movimento de Mulheres Agricultoras de Santa Catarina – em um cenário de lutas do meio rural pela continuidade da reprodução da vida camponesa. Em sua dissertação “Movimentos sociais do campo: mulheres agricultoras em Santa Catarina”, o autor salienta como as mulheres agricultoras se percebem submissas e subordinadas dentro da unidade de produção familiar e na própria sociedade. Como ele explica, o título dado para sua profissão é essencial pois “é a conquista da identidade de ‘mulher agricultora’ que lhe permite direitos para o exercício pleno da cidadania” (CASAGRANDE, 1991, p. 5). Ainda de acordo com ele, para a mulher agricultora ser discriminada é estar ausente ou ser excluída das discussões sociais, políticas e econômicas da sociedade. A mulher camponesa se sente um ser inferior, opressiva pela forma como o sistema machista vem dando continuidade dentro das famílias: criada de forma diferenciada, acredita-se que ela tem necessidade de proteção e dependência.

Sobre o Movimento de Mulheres Agricultoras, Casagrande elucida que a questão de fundo da organização é a luta contra as formas de dominação. Para ele, a exclusão se evidencia para as mulheres no fato de não poderem opinar e influenciar nas decisões que definem os procedimentos e decisões.

Mesmo desempenhando função importante, a mulher sempre se pensou como ajudante do marido, trabalhando para a família, reconhecendo-se como desprovida de identidade própria, entendendo-se apenas como mulher do produtor. Movimento das Mulheres Agricultoras enuncia e faz reconhecer a possibilidade de construir uma nova ordem social, com relações sociais diferentes entre sexos, onde seja repensada a divisão sexual do trabalho. (CASAGRANDE, 1991, p.27)

Trazendo um olhar diferenciado para o tema, achei relevante salientar o trabalho “Janela das andorinhas: a experiência da feminilidade em uma comunidade rural”, da autora Patrícia Ávila da Costa (2007). A dissertação foi apresentada em um Programa de Pós-graduação em Psicologia e apresenta uma versão diferente do que já havia sido relatado sobre a mulher do campo. Como metodologia, a pesquisadora optou por uma análise qualitativa após a realização de entrevistas, através do método de Explicitação do Discurso Subjacente- MEDS. Conforme ela explica, o método foi desenvolvido ao longo de duas décadas de pesquisa em psicologia clínica, sendo fruto de diferentes campos interdisciplinares. Para isso, foram realizadas 14 entrevistas com mulheres na faixa de 18 a 52 anos.

Costa (2007) inicia reafirmando o estereótipo que persegue a agricultora: o homem ocupa o lugar de chefe da família e do controle da produção agrícola. A mulher centra a sua autoridade nas atividades domésticas, como cozinhar e cuidar das crianças, e na colheita de subsistência em geral,

e não participa das negociações e nem da comercialização dos produtos. Desta forma, a maioria das mulheres se encarrega praticamente sozinha do trabalho doméstico e dos cuidados dos filhos. Vale lembrar ainda que, apesar de cuidar dos filhos, a mulher não deixava de trabalhar para isso. Ao contrário, algumas vezes fazia a colheita levando as crianças pequenas junto, dentro de balaios. Porém, alguns fenômenos têm demonstrado que as jovens agricultoras já não pensam da mesma forma que suas mães ou avós. Conforme a autora, estes novos valores levam as mulheres rurais mais jovens a possuir desejos diferentes do que costumava se apresentar no contexto rural. “O universo simbólico no campo se ampliou, propiciando uma gama maior de possibilidades identificatórias para as mulheres diante das novas informações que chegam devido ao desenvolvimento dos meios de comunicação, trazendo os valores urbanos modernos” (COSTA, 2007, p. 61).

Entre estas mudanças de cenário a autora cita a constituição de um mercado de trabalho feminino, efeito do processo de modernização da agricultura nas décadas de 60 e 70, que fez com que a mulher passasse a comparecer como força de trabalho individualizada e não mais subordinada à família. Ainda assim, essa independência financeira poderia ter criado um outro problema no campo, mesmo que involuntariamente. Por vezes, a mulher tenderia a ficar com receio de seu marido, ou pai, ser visto com menos autoridade pelo fato dela trabalhar e conseguir sustentar a si mesma. Conforme Costa, em muitos momentos é possível ver que os homens da família administram o salário da mulher, mesmo que ela trabalhe fora. Ou seja, apesar de ter se tornando independente, a mulher ainda se encontra presa em antigos hábitos que sustentam a comunidade.

Podemos perceber assim o quanto ainda é pregnante na sociedade rural o pensamento sustentado por uma cultura patriarcal que se caracteriza pelo lugar de dominação masculina. Dessa forma, ainda que as mulheres trabalhem e recebam salários, isso é administrado pelos homens, na maioria das vezes, o marido é quem determina como ela irá gastar (ou, ainda, apropria-se de) seu orçamento, o que gera uma situação de desconforto na mulher. Podemos afirmar então que há uma dificuldade no lidar com a mulher assalariada no contexto familiar rural. (COSTA, 2007, p. 64)

Em seu estudo, a pesquisadora reafirma que o cenário da roça antiga ainda prevalece, porém, novos valores surgem e são somados à esta realidade. Como exemplo, ela cita a importância dada ao estudo, a objetos de marca, envolvendo os preceitos da moda, e à televisão. Ela conclui, portanto, que a penetração destes valores vindos da sociedade de consumo, dentro da comunidade rural, acarreta efeitos subjetivos. Nas entrevistas realizadas percebe-se a preferência das mulheres por terem nascido como homens por diferentes razões, como o fato de o homem trabalhar menos, ter menos preocupação e tarefas, ou ainda por ter maior liberdade e ser menos controlado. Ainda conforme Costa, as mulheres entrevistadas acreditam que a liberdade e autonomia estão

estritamente ligadas ao movimento de sair: sair para trabalhar, estudar, passear, ou ainda, sair do controle dos pais.

O diálogo com estas obras foi fundamental para entender um pouco mais a realidade das mulheres rurais e me aprofundar nesta vivência. Acredito, também, que estas leituras irão corroborar o momento da análise final, pois será possível comparar as experiências vividas pelas mulheres de Camboriú com outras mulheres rurais do Brasil. Apesar de se encontrarem em contextos históricos, geografia e hábitos diferentes umas das outras, acredito que muitas situações já relatadas nestes trabalhos podem ter sido vividas e talvez, relatadas, pelas agricultoras de minha pesquisa.

APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO MULHERES AGRICULTORAS

- 1) Qual seu nome completo?
- 2) Natural de qual cidade?
- 3) Onde mora?
- 4) Qual idade?
- 5) Quem vive em sua casa?
() marido () 1 filho () 2 filhos () 3 filhos () 4 filhos
- 6) Com que tipo de produto trabalha?
- 7) Há quanto tempo trabalha nesta área?
- 8) Como foi o início do seu trabalho? (familiar, quando se casou, etc)
- 9) Você gosta de trabalhar com agricultura? Se pudesse trabalhar com outra coisa, o que faria?
- 10) Você participa de grupos ou eventos de mulheres agricultoras? Qual?
- 11) Quais destes objetos você possui em casa?
() Televisão
() Computador
() Telefone fixo
() Celular
() Smartphone
() Rádio
() Tablet
- 12) Você possui a assinatura de algum destes serviços?
() Jornal Impresso
() Jornal Online
() Revista Impressa
() Revista Online
() Televisão (a cabo, ou satélite)

13)TV

Habitualmente você costuma assistir TV: () sozinho, onde? _____ () acompanhado, de quem: () família () amigos, onde? _____

Hábito de assistir TV: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente

Frequência: () mais de 5 horas dia () entre 2 e 5 horas por dia () menos de 2 horas por dia () não assiste

Período do dia em que mais assiste TV: () pela manhã () pela tarde () à noite

Assiste mais TV: () durante a semana () no fim-de-semana

Motivos pelos quais assiste TV: () não assisto () lazer () informação () descanso () falta de opção () outros: _____

Programas de TV mais assistidos: () noticiário () novela () humor () esportes () entrevista

() musical () desenho () qualquer um () filmes ()

outros: _____

Quais são os canais de TV aberta ou por cabo mais assistidos?

Assiste telenovelas: () não () sim. Com que frequência? () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () sábado () raramente

Quais telenovelas assiste no momento?

Qual a sua telenovela predileta (de todas que já viu)?

14) - Jornais

Hábito de ler jornais: () diariamente () de 2 a 3 vezes por semana () 1 vez por semana () raramente () nunca. **Onde lê jornais:** () casa () trabalho () Outros _____

Quais são os Jornais lidos? _____

Em sua casa tem assinatura de jornais: () sim () não

Quais: _____

15) - Revistas

Hábito de ler revistas: () semanalmente () mensalmente () raramente () nunca

Onde lê: () casa () trabalho () Outros _____

Em sua casa tem assinatura de revistas: () sim () não

Quais: _____

Quais revistas você lê? _____

16) - Livros

Hábito de ler livros: () diariamente () final de semana () às vezes () raramente () nunca

Qual o tipo/gênero de livro preferido:

Qual foi o último que você leu:

17) – Rádio -Música

Hábito de escutar rádio: () diariamente () às vezes () raramente () nunca

Onde escuta rádio () trabalho () casa () carro

Programas de rádio preferidos: () notícias () esportes () entrevistas () musical () humorístico () qualquer um () outros: _____

Tipos de música preferidos: () MPB () rock () sertaneja () dance music () variadas () clássica () outros: _____

Quais são as emissoras que você escuta: _____
Você toca algum instrumento: () sim () não **Qual:** _____

18) - Filmes

Hábito de ir ao cinema: () semanalmente () quinzenalmente () mensalmente () só quando o filme em cartaz interessa () não costumo ir ao cinema

Hábito de alugar DVD/blu-ray: () mais de 1 vez por semana () semanalmente () sem periodicidade
 () raramente () nunca

Assiste filmes na TV: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente

Qual o tipo de gênero de filme que mais gosta de assistir: () comédia romântica () ficção científica () drama () aventura () comédia () Outros: **Quais** _____

Assiste séries americanas: () sim. Quais? _____ () Não.

19) – Computador-internet

Você utiliza mais o computador para: () trabalho () lazer () relações pessoais () não usa

Principal local de acesso: () domicílio () trabalho () faculdade () locais públicos (cibercafés, etc)

Hábito de acessar internet: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins de semana () raramente () nunca

Frequência no acesso: () mais de 5 horas dia () entre 2 e 5 horas por dia () menos de 2 horas por dia () não usa

Tipos de informações buscadas na Internet: () notícias em geral () trabalhos de aula () trabalho () cinema, shows () Empregos e estágios () Festas, baladas, bares Outros: _____

Utiliza a internet para assistir filmes e séries?

Quais os sites você utiliza?

Qual gênero de série você gosta?

Utiliza o messenger: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente

Você tem conta no facebook: () sim () não

Acessa o facebook: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente

Você tem twitter: () sim () não. Qual nome:

Você acessa blogs: () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente () não acessa

Sintoniza rádio na WEB: () sim () não **Frequência** () diariamente () mais de 3 vezes por semana () entre 1 e 3 vezes por semana () fins-de-semana () raramente

20) Se quiser saber o que está acontecendo (no país, seu estado ou sua cidade), onde você busca **informações?** (Marque os três principais).

- () Grupos de amigos
- () Familiares
- () Sindicato ou organizações do governo
- () Sites e portais de notícias
- () Twitter
- () Facebook
- () Whatsapp
- () Instagram

- Blogs de colunistas/ jornalistas conhecidos
- Youtube
- Jornais Online
- Jornal impresso
- Procuo no Google
- TV
- Rádio
- Revista impressa
- Revista online
- Sites do segmento. Qual?
- Revista do segmento. Qual?
- Programas de televisão do segmento. Qual?
- Outro. Qual? _____

21) Quais meios de comunicação **NÃO fazem falta** pra você hoje? (Marque até 3).

- Rádio
- TV
- Internet
- Jornal impresso
- Jornal online
- Revista impressa
- Revista online
- Livros
- Celular
- Smartphone
- Tablet
- Nenhum, sinto que preciso de todos

22) Por que os meios **marcados acima** não fazem falta pra você?

23) Qual o seu nível de instrução?

- Ensino fundamental incompleto Ensino fundamental completo Ensino médio
- Graduação em andamento Graduação Pós-graduação

24) Qual o seu curso de graduação? _____

25) Qual é aproximadamente sua **renda familiar**?

- Menos de 776,00
- Entre 777,00 e 1.147,00
- Entre 1.148,00 e 1.858,00
- Entre 1.859,00 e 2.654,00
- Entre 2.655,00 e 5.241,00
- Entre 5.242,00 e 9.263,00
- Mais de 9.264,00
- Recebo bolsa no valor de: _____

ANEXOS: TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente a utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens para serem utilizadas no projeto de pesquisa sobre a comunicação e consumo das mulheres rurais de Camboriú, em Santa Catarina.

Pesquisadora: Joana Gall Pereira

Orientador: Valquiria Michela John

Objetivo principal: analisar o consumo de mídia das mulheres rurais e de que forma essas narrativas participam de seu cotidiano e em sua construção de mundo.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa, na Internet e em divulgações em geral, fazendo-se constar os devidos créditos.

O aluno fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Camboriú, 05 de abril de 2019.

Assinatura: Lucrei Passos Leppi Schaeffer
 Nome: Lucrei Passos Leppi Schaeffer
 RG.: 1.995.732 CPF: 482.899.819-53
 Telefone1: (47) 99667 5835
 Endereço: R: Mato Grosso 80 Arua

Assinatura: Alice dos Santos Teixeira
 Nome: Alice dos Santos Teixeira
 RG.: 2.298.703 CPF: 017.433.589-2
 Telefone1: (47) 996729010
 Endereço: R: Maximo Teixeira s/nº Arua Vermelha

Assinatura: Maria Alice Permentel de Souza
 Nome: Maria Alice Permentel de Souza
 RG.: 3055562 CPF: 018.96044921
 Telefone1: (47) 991027895
 Endereço: Entrada Geral de Brejo, entrada da Curva

Assinatura: Maria Inês Gonçalves
 Nome: Maria Inês Gonçalves
 RG.: 3.634.243 CPF: 039.228.159-79
 Telefone1: (47) 996829428
 Endereço: Rua de Palha

Assinatura: Mari Medeiros Geraldo

Nome: Mari Medeiros Geraldo

RG.: _____ CPF: _____

Telefone: (47) 99917525

Endereço: R. Geral Tula das Pedras

Assinatura: Barbara Rompelati Nozari

Nome: Barbara Rompelati Nozari

RG.: _____ CPF: 079.761.699-18

Telefone: (47) 999291022

Endereço: Estreita geral macacos

Assinatura: Maria R Rompelati

Nome: Maria Inês Rompelati

RG.: 3.235.513 CPF: 037.515.179-60

Telefone: (47) 999291022

Endereço: Estreita geral macacos