
A Identidade do Caipira na Era da Informação¹

Rogério Barros PINTO²

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Este artigo pretende analisar como o caipira, um dos tipos do homem rural brasileiro, se insere no contexto da revolução dos meios de comunicação na globalização. Antes da maior integração entre os povos, o caipira vivia em isolamento geográfico e cultural e construía sua identidade e memórias coletivas a partir dos fortes vínculos com seu território e com sua comunidade simbólica. A situação agora é outra. As formas de construção da identidade cultural sofreram mudanças profundas após a expansão dos fluxos midiáticos. Atualmente, com a profusão de mídias e trocas culturais e informativas constantes, as identidades do caipira passaram a ser fragmentadas e formadas por um hibridismo cultural.

Palavras-chave: Caipira; espaços interculturais; identidades híbridas; fluxos midiáticos; local x global.

Introdução

O caipira tem importância fundamental na formação do Brasil. Ao longo dos últimos séculos, o homem simples do campo contribuiu para o desenvolvimento econômico, social e cultural do país. Apesar desse papel relevante, o caipira é estigmatizado e marginalizado por parte da população. A visão deturpada e preconceituosa advém do desconhecimento e da maneira caricatural pela qual o caipira costuma ser retratado nos produtos culturais.

Os homens e mulheres do campo sofreram alterações profundas nas últimas décadas, sobretudo após a eclosão da revolução da comunicação. A nova realidade do rural conectado é objeto de pesquisa de dissertação de Mestrado em desenvolvimento na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), com orientação da professora Daniela Ota, e com foco nas mudanças provocadas pela era da informação na zona rural e nos usos sociais que os caipiras fazem dos meios de comunicação.

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMS, e-mail: rbarrospinto@hotmail.com

A pesquisa está percorrendo as zonas rurais de Rio Negro, município do centro-norte de Mato Grosso do Sul com 4.831 habitantes (27% desse total morando na zona rural), e de Cássia, cidade no sudoeste de Minas Gerais com 17.740 habitantes (18% na zona rural)³.

É um estudo de recepção midiática com ingredientes dos estudos culturais e etnográficos. A metodologia utiliza entrevistas em profundidade com os caipiras e observação participante da relação do morador do campo com os meios de comunicação. O estudo de recepção é uma forma de investigação qualitativa e empírica da audiência. O trabalho de pesquisa de campo possibilita uma imersão no contexto histórico, cultural e socioeconômico em que o morador rural está inserido.

O objetivo da dissertação é investigar como as comunidades rurais decodificam as mensagens e produzem significados a partir do conteúdo dos meios de comunicação, tanto os de massa quanto os veículos locais, analisando as mediações nesse processo. Instituições sociais como família, Igreja, grupo de amigos, cooperativas de agricultores, partidos políticos e visões de mundo interferem na maneira como a audiência recebe e interpreta o conteúdo midiático, como demonstrou Jesús Martín-Barbero (2006).

Também é analisado como a revolução da comunicação impacta a sociedade caipira nos processos de formação da identidade, da sociabilidade, do pertencimento, da memória coletiva e das práticas sociais, econômicas, políticas e culturais.

Evolução histórica

Para entender melhor as mudanças sofridas pelo caipira nas últimas décadas, é necessário fazer um mergulho na história desses homens e mulheres da zona rural brasileira e ressaltar alguns conceitos relevantes para a pesquisa. A definição de caipira variou muito ao longo do tempo. O conceito utilizado neste trabalho foi desenvolvido pelo sociólogo e crítico literário Antonio Candido de Mello e Souza⁴, que fez uma pesquisa inovadora ao analisar as comunidades caipiras com o olhar da sociologia, da antropologia e da história. Em tese de doutorado defendida na USP (Universidade de São Paulo), em 1954, o pesquisador acompanhou famílias na zona rural de Bofete, no interior

³ Os dados constam no Censo Demográfico de 2010, o mais recente realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

⁴ A tese do doutorado de Antonio Candido se transformou no livro *Os parceiros do Rio Bonito*.

paulista, para traçar um painel detalhado dos meios de vida, das formas de organização social, da cultura e da identidade dos caipiras.

O caipira, na visão de Candido, é um dos tipos do morador rural do Brasil, fruto da miscigenação entre branco, índio e negro. Ele se formou nas áreas desbravadas pelos bandeirantes a partir do século XVII. O território devassado pelas bandeiras e entradas ficou conhecido como Paulistânia⁵ e engloba atualmente partes de São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins e norte do Paraná. O caipira nasceu quando desbravadores trocaram a incerteza das aventuras das bandeiras por uma vida rural rústica em pequenas porções de terra. “Caipira exprime um modo de ser, um tipo de vida, nunca um tipo racial” (CANDIDO, 2003, p. 28). Caipira é um termo de origem tupi que designa morador da roça.

Uma das características mais marcantes da sociedade caipira tradicional era o isolamento geográfico e cultural. A economia era fechada, com o homem do campo plantando pequenas lavouras, criando poucos animais, pescando, caçando e coletando para consumo próprio. Um modo de vida autossuficiente. A vida social também era fechada, com raros contatos com núcleos urbanos e interação restrita ao grupo de vizinhança. “A vida do caipira é fechada sobre si mesma” (CANDIDO, 2003, p. 156). O deserto de notícias era total, com a realidade do caipira sem ser retratada pelos veículos jornalísticos e com o morador rural sem acesso a informações regionais nem nacionais.

Um pioneiro no estudo sobre o homem da roça foi Cornélio Pires. Nas primeiras décadas do século XX, o jornalista e escritor percorreu o interior paulista registrando a cultura dos homens e mulheres simples do campo. Pires criou um glossário com termos e expressões do dialeto caipira e publicou livros com causos da roça, além de difundir a música caipira. Foi o responsável por gravar o primeiro disco do gênero em 1929, quando lançou a Turma Caipira Cornélio Pires, com diferentes duplas do interior paulista.

“Caipiras”... Mas que são os caipiras? São os filhos das nossas brenhas, de nossos campos, de nossas montanhas e dos ubérrimos vales de nossos piscosos, caudalosos, encachoeirados e inumeráveis rios, “acostelados” de milhares de ribeirões e riachos. Nascidos fora das cidades, criados em plena natureza, infelizmente tolhidos pelo analfabetismo, agem mais pelo coração que pela cabeça. Tímidos e desconfiados ao entrar em contato com os habitantes da cidade, no seu meio são expansivos e alegres, folgazões e francos; mais francos e folgazões que nós outros, os da cidade. De rara inteligência – não vai nisto exagero – são, incontestavelmente, mais argutos,

⁵ O historiador Alfredo Ellis Junior batizou como Paulistânia a área de influência dos bandeirantes.

mais finos que os camponeses estrangeiros. Compreendem e apreendem com maior facilidade. (PIRES, 2002, p. 20)

Com o isolamento geográfico e cultural, o caipira tinha sua identidade enraizada em um território bem definido. O senso de localidade era essencial à configuração do caipira. Ele se reconhecia em seus vizinhos e construía significados comuns com sua comunidade. A identidade é relacional e construída a partir de marcações simbólicas que distinguem o grupo. O pequeno território a sua volta era seu mundo e exercia papel crucial na formação da identidade, da rede de pertencimento e da cultura do caipira. Era uma identidade fixa, coesa e integral, com fortes vínculos com a terra e sem intercâmbio com outras culturas. “O território surge, então, como dispositivo relacional, identitário, simultaneamente palco e espaço de construção de uma história e de um tempo memorial” (CAMPONEZ, 2002, p. 29).

Antonio Candido desenvolveu o conceito de bairro rural, unidade fundamental do povoamento, da cultura e da sociabilidade do caipira. Bairro rural era o agrupamento de pequenas propriedades vizinhas onde sitiantes, agregados e trabalhadores rurais se relacionavam, sobretudo aos fins de semana, em missas em capelas, festas, visitas, jogos de malha, danças de cateretê, cururu e outras recreações, caças e pescas, além dos mutirões para ajuda em grupo, seja para trabalhos com a lavoura ou para a construção de uma casa. A solidariedade vicinal era um aspecto importante na sociedade caipira do século XX. O bairro rural era o espaço por excelência para a construção da identidade caipira com o compartilhamento de hábitos, modos de vida, códigos de pertencimento, redes de afeto e de lealdade e formas de sociabilidade.

Além de determinado território, o bairro se caracteriza por um segundo elemento, o sentimento de localidade existente nos seus moradores, e cuja formação depende não apenas da posição geográfica, mas também do intercâmbio entre as famílias e as pessoas, vestindo por assim dizer o esqueleto topográfico. – “O que é bairro?” – perguntei certa vez a um velho caipira, cuja resposta pronta exprime numa frase o que se vem expondo aqui: - “Bairro é uma naçãozinha.” – Entenda-se: a porção de terra a que os moradores têm consciência de pertencer, formando uma certa unidade diferente das outras. A convivência entre eles decorre da proximidade física e da necessidade de cooperação (CANDIDO, 2003, p. 84).

O estilo de vida isolado e autossuficiente do caipira começou a entrar em crise em meados do século XX com a expansão do capitalismo e a industrialização do Brasil, além

do surgimento de meios de comunicação de massa. O homem da roça passou a depender cada vez mais da cidade, para comprar bens manufaturados e alimentos. Essa maior necessidade de consumo provocou uma alteração impactante na vida do caipira. Para ter capital para as compras, o morador rural precisava trabalhar mais a fim de conseguir excedente maior dos alimentos para vendas na cidade. O dinheiro, que até então era praticamente ignorado por parte dos caipiras, ganhou força. A mudança inaugurou um novo capítulo entre os caipiras, que foram inseridos no mercado e se integraram mais com os núcleos urbanos.

Os valores e hábitos urbanos ganharam importância entre os caipiras e viraram alvo de desejo. Antonio Candido apontou que passou a ser sinal de prestígio possuir alguns objetos como “relógio despertador, canivete de várias peças, vestido de estamparia original e quadro”. Até o fumo de corda, que era cultivado na horta e preparado pelo próprio caipira, perdeu espaço. Os bens de consumo da cidade assumiram papel importante na distinção social, evidenciando o fim da indiferenciação social que marcou as comunidades caipiras por décadas.

É preciso levar em conta um fator psíquico. Com efeito, mesmo nos casos em que sabe que poderia obter fumo desta forma, vemos com frequência o caipira não apenas deixar de prepará-lo, como desprezar o que se vende nas lojas, preferindo cigarros de fábrica... Todas as vezes que surge, por difusão da cultura urbana, a possibilidade de adotar os seus traços, o caipira tende a aceitá-los, como elemento de prestígio (CANDIDO, 2003, p. 228).

A influência da cidade se tornou cada vez mais presente, alterando o imaginário do morador da roça. O êxodo rural também se intensificou no Brasil que se modernizava. Milhões de homens, mulheres e crianças migraram da zona rural para as cidades em busca de empregos e melhores condições de vida.

Era da informação

Décadas depois, já no fim do século XX, a cultura caipira sofreu um novo choque com a expansão da globalização, que provocou a mundialização da economia e maior integração entre culturas e países. Segundo Anthony McGrew (1992, p. 61), “a globalização se refere aos processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais

interconectado” (apud HALL, 2019, p. 39). Já Kevin Robins aponta que a globalização criou uma “geografia sem lugar” com um espaço descentrado. “Globalização é a compressão dos horizontes espaço-tempo e a criação de um mundo de instantaneidade e superficialidade. O espaço global é um espaço de fluxos, um espaço no qual as fronteiras e limites tornaram-se permeáveis” (ROBINS, 1991, p. 28).

Os meios de comunicação tiveram papel decisivo no sucesso da globalização, inaugurando a era da informação. Com a revolução tecnológica com satélites artificiais, fibras ópticas, computadores e internet, a comunicação foi protagonista na eclosão da nova ordem mundial e contribuiu para o maior intercâmbio entre diversos povos, transmitindo em tempo real para o mundo todo o que acontece em diferentes partes do globo. A era da informação trouxe um aumento exponencial dos fluxos noticiosos e da comunicação em rede. Um jovem com acesso à internet em um sítio no interior sul-matogrossense consegue acompanhar ao vivo os últimos acontecimentos da guerra civil na Síria, por exemplo. A circulação de informações é intensa, veloz e abrangente.

Quando o sistema social mundial se põe em movimento e se moderniza, então o mundo começa a parecer uma espécie de aldeia global. Aos poucos, ou de repente, conforme o caso, tudo se articula em um basto e complexo todo moderno, modernizante, modernizado. E o signo por excelência da modernização parece ser a comunicação, a proliferação e generalização dos meios impressos e eletrônicos de comunicação, articulados em teias multimídias alcançando todo mundo (IANNI, 1998, p. 93).

Anthony Giddens analisa como essas mudanças em ritmos frenéticos e com alcance global impactaram a sociedade. O acesso ilimitado e instantâneo a conteúdos de diversos países intensificou a percepção da superação de barreiras espaciais e da aceleração do tempo, impactando em diferentes esferas da vida em sociedade. A globalização e a revolução da comunicação trouxeram uma nova forma de vivenciar e de se relacionar com as dimensões de tempo e espaço.

À medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da Terra... As práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas próprias práticas, alterando, assim, constitutivamente, seu caráter (GIDDENS, 1990, p. 6-37-38).

É necessário, no entanto, ressaltar que a globalização não é um movimento único e está distribuída de maneira desigual pelo mundo, tanto entre regiões quanto entre diferentes estratos da população dentro de uma mesma área. Apesar do avanço dos meios de comunicação tecnológicos em todo o país, a desigualdade digital é uma realidade em 2020, sobretudo em áreas rurais distantes de grandes centros urbanos e entre as camadas mais pobres. O professor Fernando Augusto Mansor de Mattos (2003) apontou que há no acesso aos meios digitais uma reprodução – e em alguns casos até uma ampliação – das desigualdades que marcam o abismo social do Brasil.

O mundo virtual tem uma geografia muito real... A densidade relativa das conexões por quilômetros quadrados em diferentes localidades geográficas varia enormemente, e o acesso a essas tecnologias (e a conectividade que elas oferecem) depende em grande medida de onde cada pessoa está, tanto no espaço geográfico como no social. Em geral, a distribuição dessas novas tecnologias copia as estruturas de poder estabelecidas, e os fluxos do tráfego da internet tendem a seguir as rotas estabelecidas pelas formas anteriores de comunicação. (MORLEY, 2007, p. 124-125).

Um levantamento detalhado do Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação)⁶, de 2018, mostrou a diferença do acesso à internet no campo e na cidade. No Brasil, 59% dos moradores da zona rural já acessaram a internet ao menos uma vez na vida. Os outros 41% afirmaram que nunca usaram a web. Na zona urbana, 80% dos brasileiros disseram que já entraram na internet, com 20% sem conhecer a web.

Segundo o estudo do Cetic.br, 74% dos usuários de internet no campo disseram que usam a rede diariamente ou quase todos os dias. O dispositivo mais utilizado para o acesso é o telefone celular, com 97%, seguido de longe por computador (23%), televisão (12%) e aparelho de vídeo game (3%). Nesse tipo de pergunta, o total ultrapassa 100% porque cada pessoa pode escolher mais de uma alternativa – no caso, o dispositivo utilizado para entrar no mundo virtual.

Os moradores do campo recorrem à internet para realizar uma série de atividades. As mais frequentes são ouvir música online, com 68%, e assistir a vídeos, programas, filmes ou séries online, com 67%. A pesquisa também mostrou que 45% dos usuários

⁶ Pesquisa do Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação) disponível em: < <http://data.cetic.br/cetic/explore> >.

rurais entram na internet para ler jornais, revistas ou sites jornalísticos, e 26% jogam games online.

O acesso aos meios de comunicação digitais, portanto, já é uma realidade para o caipira, embora moradores mais idosos tenham pouca familiaridade com o mundo virtual e vários relatam que nunca acessam a internet.

Muitos são os fatores apontados para a permanência dessa exclusão digital. Na pesquisa do Cetic.br, os moradores rurais que nunca utilizaram a internet apontaram algumas razões: 75% por falta de habilidade com o computador e celular, 58% por falta de interesse, 53% por ser muito caro, 50% por falta de necessidade e 44% por não ter onde usar. Muitos citaram mais de um fator como motivo do afastamento com a internet. São os infoexcluídos, que tendem a ficar ainda mais isolados sem o acesso às tecnologias de informação e comunicação.

A participação (pro) ativa na sociedade da informação requer mais do que simplesmente inclusão digital. É necessário criar condições de apropriação social tanto desse aparato tecnológico – o que implica capacidade de os diferentes grupos sociais fazerem frequente uso dos novos meios, contribuindo para a melhoria de suas condições de vida e de trabalho -, quanto da capacidade de apropriação da informação e do conhecimento hoje estratégicos do ponto de vista de capacidade de aprendizado, inovação e desenvolvimento. Isto requer o amplo acesso aos meios materiais, às oportunidades de educação, trabalho e renda, como também o direito à cidadania, à democracia política e à diversidade cultural (ALBAGLI; MACIEL, 2007, p.16).

Mesmo com o avanço do mundo digital, os moradores rurais continuam fiéis a mídias tradicionais na hora de buscar informação e entretenimento. O levantamento do Cetic.br apontou que, na zona rural, 93% dos domicílios possuem televisão, 85% telefone celular, 64% rádio, 64% antena parabólica, 12% TV por assinatura, 11% computador portátil, 7% computador de mesa e 7% tablet.

A televisão continua soberana nos lares dos brasileiros que moram fora das cidades. Os canais abertos de TV são os maiores companheiros dos caipiras nos momentos de folga. Já o rádio tem uma longa história de parceria com moradores rurais. Sua presença atinge a grande maioria da população, somando o acesso por aparelho de rádio e por telefone celular. Diferentes características fazem do rádio um meio de comunicação de massa com grande penetração em sítios e fazendas: foco na oralidade,

autonomia, possibilidade de mobilidade, grande alcance, baixo custo, fácil utilização, imediatismo, instantaneidade e sensorialidade.

Essa é uma relação que já dura várias décadas. Antonio Candido observou o início da parceria entre caipiras e meios de comunicação. Em suas pesquisas na zona rural de Bofete, apontou que em 1948 “pouquíssimos” moradores rurais tinham rádio. Já em 1954, o sociólogo observou que os rádios tinham “penetrado” em vários sítios.

Fluxos midiáticos e identidades híbridas

A situação atual é completamente diferente. Os meios de comunicação, tradicionais ou digitais, são presença constante nas práticas cotidianas dos caipiras. O maior acesso a diferentes informações e conteúdos provocou mudanças nas comunidades rurais, tanto em questões práticas e rotineiras como em aspectos simbólicos e culturais.

Com os fluxos midiáticos constantes, a identidade do caipira passou a ser formada por um hibridismo cultural, com uma mistura entre camadas local, regional, nacional e global. Antes, o morador rural tinha contato somente com a cultura de sua região e com alguns traços da brasileira. Nas últimas décadas, a globalização e a evolução dos meios de comunicação derrubaram fronteiras. Houve uma desterritorialização das referências e das relações sociais. Os espaços interculturais se tornaram presentes.

Os quadros de referências ficaram mais amplos e diversos. Um morador rural do interior de Mato Grosso do Sul passou a ter acesso a informações e a manifestações culturais de diversos países espalhados pelo globo. O fenômeno do K-Pop é um exemplo. Clipes no YouTube das bandas sul-coreanas são vistos por milhões de jovens em centenas de países. Distante mais de 17 mil quilômetros da Coreia do Sul, um brasileiro tem acesso imediato às músicas e ao universo cultural do K-Pop. Um jovem interiorano pode se identificar com a música sertaneja de sua própria cidade, mas também com o fenômeno pop sul-coreano. As identidades culturais se tornaram múltiplas. Os vínculos deixaram de ser ancorados somente em suas raízes.

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das

sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2019, p. 9).

A globalização criou o que foi chamada por Stuart Hall de identidade fragmentada. Segundo o sociólogo jamaicano-britânico, a identidade tornou-se “uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (Hall, 2019, p.11).

Com a multiplicidade de identificações possíveis graças à revolução dos meios de comunicação, o sujeito pode ter mais de uma identidade ao mesmo tempo, em alguns casos até contraditórias. Os sistemas de representações culturais são amplos e permitem o acesso constante a diferentes estilos de vida. A novidade é uma presença contínua nas prateleiras da globalização. Os bens simbólicos e as formas de consumo da cultura e da informação se internacionalizaram. O centro de referências culturais se deslocou e se globalizou. Essas alterações também são verificadas na zona rural brasileira.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente” (HALL, 2019, p. 43).

A globalização exportou a cultura e o modo de vida dos países dominantes para todo mundo, mas não destruiu as identidades locais. Ao contrário do que pregavam os apocalípticos que temiam uma homogeneização cultural total, a particularidade do lugar e a cultural local não são desconsideradas na nova ordem mundial.

Carlos Camponez segue essa linha e ressalta a complexidade na relação entre local e global. De acordo com o pesquisador português, a globalização não deve ser vista como um processo único que pretende impor a McDonalização do mundo, com uma padronização cultural pura e simples dos símbolos e valores norte-americanos. Não existe uma única cultura global, integrada e homogênea. “Local e global não são extremos que se opõe, mas espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada” (CAMPONEZ, 2002, p. 20). A construção atual da cultura é formada por conflito e dominação, mas também por intercâmbio, resistência, sedução, adesão, apropriação e cumplicidade.

Na velocidade do mundo digital, as trocas culturais e os fluxos informativos se tornam cada vez mais frequentes, com predominância dos valores e notícias das potências

capitalistas. É fato que o mundo contemporâneo é mais homogêneo do que era há cem anos. O rolo compressor da indústria cultural, contudo, está longe de destruir todas as características da identidade local.

A cultura caipira é um exemplo. Ao mesmo tempo em que perdeu traços da alma caipira, o homem da roça ainda preserva certas tradições. A culinária caipira, modas de viola, danças cateretê e cururu, crenças, mitos, práticas cotidianas, religiosidade popular, formas de se relacionar com a natureza, versos rurais e outras tradições da oralidade estão vivas em diferentes regiões do interior brasileiro, ainda que tenham sido modificadas e moldadas ao longo dos últimos anos.

A localidade e o identitário na época contemporânea constroem-se, assim, num processo inerente à globalização. O que se torna necessário pensar, neste quadro de pensamento, é a exclusão. Na realidade, o local, ao afirmar-se pela recusa do global, pode desembocar na sua autoexclusão. Isto pode levar-nos a concluir que, na multiplicidade de idiossincrasias que constituem o local, nos extremos encontramos não o global e o local, mas antes o local globalizado e o local excluído (CAMPONEZ, 2002, p. 70).

Também há, no mundo contemporâneo, experiências que aproveitam instrumentos da modernidade globalizada a fim de reforçar particularidades da cultura popular. Jesús Martín-Barbero destaca os modos como as classes populares da América Latina se apropriam de tecnologia da comunicação para conservar símbolos de sua identidade. O pesquisador cita comunidades migrantes no Peru que alugam espaço em rádios de Lima para preservar músicas e tradições de suas comunidades, além de divulgar informações de sua região natal e felicitações de aniversários.

Sem locutores especializados, com música gravada por conjuntos da própria comunidade camponesa de origem e em uma linguagem coloquial, milhares de camponeses imigrados utilizam o rádio para se dar um espaço mínimo de identificação para fazer frente à homogeneização brutal da cidade (BARBERO, 1986, p. 128).

A reivindicação da diferença também está presente no século XXI. Experiências semelhantes ocorrem no Brasil com a tecnologia sendo apropriada como instrumento de preservação da identidade. É o que Barbero chama de redesenho para lutar no terreno do adversário. Em Cássia, no interior de Minas Gerais, o Terno de Congo Três Bandeiras recorreu a redes sociais, como Facebook e WhatsApp, para angariar e manter

participantes no grupo de congada. A moderna mídia digital virou uma aliada para aglutinar e dar visibilidade à antiga manifestação do sincretismo religioso, que havia perdido espaço e voltou a ganhar as ruas do interior nos últimos anos.

Um outro exemplo é o quarteto Vagamundo, de Uberlândia. O grupo musical do Triângulo Mineiro combina um repertório de clássicos da música popular com canções de tradição oral e de autores regionais desconhecidos do grande público. A pesquisa do grupo, que rodou diversos estados brasileiros, possibilitou o registro de músicas que iriam se perder com o passar do tempo. É mais uma mostra de que tecnologia pode ser usada para perpetuar a memória popular e coletiva.

Considerações finais

A era de trocas culturais constantes e de consumismo global de informações trouxe mudanças profundas na sociedade, inclusive em áreas rurais afastadas que se conectaram ainda mais aos núcleos urbanos. A identidade é uma construção social e histórica que produz sentido, cada vez mais formada por intercâmbios e articulações. Os espaços interculturais são uma realidade. Não é mais possível uma simples fuga ao passado, em uma idealização romântica que procura uma identidade pura. Os diversos elementos que atuam na gestação da identidade cultural vieram para ficar.

Pessoas retêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. Elas são obrigadas a negociar com as novas culturas em que vivem, sem simplesmente serem assimiladas por elas e sem perder completamente suas identidades. Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas. A diferença é que elas não são e nunca serão unificadas no velho sentido, porque elas são, irrevogavelmente, o produto de várias histórias e culturas interconectadas, pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias “casas” (e não a uma “casa” particular). As pessoas pertencentes a essas culturas híbridas têm sido obrigadas a renunciar ao sonho ou à ambição de redescobrir qualquer tipo de pureza cultural “perdida” ou de absolutismo étnico (HALL, 2019, p. 52).

É assim que o caipira contemporâneo encara o mundo. Com os pés firmes no chão em que pisa, o homem da roça luta para preservar particularidades de sua cultura e de sua terra e, ao mesmo tempo, tem nos meios de comunicação um elo com o mundo. O caipira estudado por Antonio Candido, em meados do século XX, não existe mais. O novo caipira

entra na terceira década do século XXI inserido no mercado mundial de consumo simbólico e também ligado às suas próprias tradições.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S.; MACIEL, M.L. **Informação, conhecimento e desenvolvimento**. In: MACIEL, M. L. e ALBAGLI, S.; (Orgs.). *Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social*. Brasília: Unesco; IBICT, 2007.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura Popular Brasileira**. 2ª edição. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CANDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida**. 10ª edição. São Paulo: Editora 34, 2003.

GIDDENS, Anthony. **The consequences of modernity**. Cambridge: Polity Press, 1990.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12ª edição. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1998.

PIRES, Cornélio. **Conversas ao pé do fogo: estudinhos, costumes, contos, anedotas, cenas da escravidão**. ITU: Editora Ottoni, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Identidade tecnológica e alteridade cultural. In: FADUL, Anamaria (org.). **Novas tecnologias da comunicação**. São Paulo: Summus Editorial, 1986, p. 121-132.

MATTOS, Fernando Augusto Mansor. **Exclusão Digital e Exclusão Social:** elementos para uma discussão. Transinformação. Campinas. Vol. 15, n. 3. Edição especial de 2003. Disponível em: < <https://www.scielo.br/pdf/tinf/v15nspe/05.pdf> >

MORLEY, David. **Medios, Modernidad y Tecnología.** Barcelona: Gedisa Editorial, 2007.

Pesquisa do Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação). Disponível em: < <http://data.cetic.br/cetic/explore> >.

ROBINS, Kevin. Tradition and translation: national culture in its global contexto. In: CORNER, John; HARVEY, Sylvia (org.). **Enterprise and heritage:** crosscurrents of national culture. Londres: Routledge, 1991.