

**O FUTURO DO PASSADO: PATRIMÔNIO CULTURAL,
ETNICIDADE E VIDA RURAL NO NORDESTE DO RS**
*THE FUTURE OF THE PAST: CULTURAL HERITAGE, ETHNICITY,
COUNTRYSIDE LIFE IN THE NORTHEAST OF RS.*

João Carlos Tedesco¹

Resumo: O artigo analisa algumas estratégias de reprodução de unidades familiares de produção na Rota das Salamarias – Nordeste do RS -; enfatiza dinâmicas produtivas e de saberes, materializados em confecções artesanais, consideradas tradicionais e que encontram formas de otimização mercantil. Analisa aspectos étnicos, identificados como pertencimento de grupo e que se manifestam em festejos, produtos, gastronomia, cantorias etc., as quais buscam dar ênfase a formas de expressão da italianidade.

Palavras-chave: Camponês. Tradição. Cultura italiana.

Abstract: The present article analyzes some strategies of reproduction of family units of production in the Rota das Salamarias - northeast of RS. This article has particular focus on productive dynamics and know how which are materialized by the handcraft products, and which have been considered traditional and as mercantile optimization ways. It also analyses ethnic aspects which are identified as group membership that are manifested in events, products, gastronomy, chants, etc., which attempt to give emphasize the Italian way of expressing itself.

Key words: Peasant. Tradition. Italian culture.

¹ Pós-doutor pela Universidade de Milão. pesquisa sobre Memória, cultura e patrimônio; Doutor em Ciências Sociais pela Unicamp. Professor do Programa de Mestrado em História da Universidade de Passo Fundo – UPF.

INTRODUÇÃO

O nosso estudo² localiza uma experiência de produção e comercialização de produtos “tradicionais”, “da colônia”, entendidos como expressão de um grupo étnico e legado de um patrimônio cultural produzido no meio rural entre imigrantes e descendentes de etnia italiana no interior de uma rota turística: a Rota das Salamarias, no município de Marau.



Figura 1. Município-sede da Rota das Salamarias. Fonte: elaboração do autor.

Reconstituímos aspectos que revelam que há uma preservação de agricultores familiares, com características camponesas (no trabalho e nas relações sociais, tendo a família como base e a agregação de saberes tradicionais de seu patrimônio cultural,

² O presente texto é uma síntese de uma análise mais ampla em torno do tema “O futuro do passado: o valor da tradição no meio rural”, a qual estamos desenvolvendo como projeto de pesquisa. Estamos analisando algumas rotas turísticas que envolvem produtores e comerciantes de produtos “da colônia” no norte e nordeste do RS. As técnicas de pesquisa utilizadas foram entrevistas e contatos diretos com produtores nos locais das rotas, com mediadores da esfera pública municipal, Emater e outras entidades envolvidas (sindicatos de trabalhadores rurais, agências de marketing etc.); elaboramos questionários com perguntas (ou eixos temáticos) em torno dos vínculos histórico-culturais com alguns produtos, processos organizativos e de saberes, dinâmicas e estratégias mercantis, festejos comunitários, recursos da natureza como fontes de atração de turistas, “vendas casadas” de produtos, dentre outros. Estivemos, por duas oportunidades na Universidade de Montpellier e no Cirad (centro de pesquisa em agricultura e desenvolvimento), ambos na cidade de Montpellier (FR) para revisar bibliografias, intercambiar ideais com pesquisadores sobre essa dimensão da tradição, dos patrimônios culturais expressos em rotas turísticas no meio rural e dos processos que envolvem o agricultor familiar, realidades essas muito comuns no meio rural do sul da França.

ainda que, em boa parte, envoltos nas dinâmicas mercantis convencionais), expressas em práticas empreendedoras com base em produtos e “matérias-primas da terra”; ou seja, um conjunto amplo de ações, processos produtivos, estratégias de pequenas empresas, de grupos em associações, de redes de difusão de conhecimento e de mercantilização dos produtos no meio rural através de rotas que denotam grupos étnicos, de valores sociais que pressupõem, em sua materialização, um coletivo.

A discussão analítica girará em torno de noções como patrimônio cultural, saberes tradicionais, coletividades territoriais, culturais e sociotécnicas que atuam num território específico, em redes e inter-relações econômicas, culturais, de produção, difusão e aplicação de saberes em produtos considerados “típicos”, levando em conta valores sócio-econômicos e culturais como *proximidade, reciprocidade, identidade étnica* etc. (SABOURIN, 2001, 2009; CERDAN, et al., 2010; PECQUEUR; ZIMMERMAN, 2004).

Partimos do princípio de que *atores territoriais* (SABOURIN, 2009) promovem relações econômicas a partir de tradições locais, constroem identificações geográficas pela promoção de produtos típicos, reforçando dimensão *identitária* do produto (vividos em seus afazeres e ofícios, modos de produção, consumo etc.), como forma de otimizá-los nas *redes mercantis tradicionais* (CERDAN; VITROLLES, 2008, p. 191). Os *territórios étnicos* não se definem unicamente no espaço local; há interações endógenas e exógenas, alocação, incorporação e criação de recursos, os quais se expressam em fatores considerados da “tradição” dos grupos envolvidos, mas em interação e alteridade.

A ROTA DAS SALAMARIAS: PATRIMÔNIO CULTURAL E ETNIA

ITALIANA

A ideia original da Rota das Salamarias nasceu de alguns proprietários rurais e empreendedores em turismo do município de Marau.³ A mesma se desenvolve em três comunidades rurais do referido município em razão da presença de estabelecimentos antigos de cultivo e comercialização de uva/vinho, de unidades familiares que sempre desenvolveram a cultura do suíno e a produção de derivados, em particular o salame.⁴

³ O município de Marau possuía em 2011 em torno de 37 mil habitantes; é um dos que mais cresce na região Nordeste do RS em razão de matrizes agroindustriais (Perdigão) e do setor metal-mecânico; sua população no meio rural atinge em torno de 15%; possui uma agricultura com forte característica familiar, com propriedades pequenas, em média, entre 20 a 35 ha.

⁴ Para uma análise mais detalhada, remetemos ao projeto da referida rota, disponível na Secretaria de Turismo da Prefeitura de Marau. Ver também site da rota. <http://www.salamarias.com.br/>

Com o passar desses quatro anos (2008-2012), a Rota das Salamarias constituiu-se num roteiro turístico, gastronômico, mercantil de produtos “coloniais”, tendo o município de Marau como seu epicentro, porém, seus vínculos, dinamismos e territorialidades não se esgotam nesse espaço, possuem sinergias com outras regiões, grupos sociais, processos produtivos e intercâmbios mercantis. Segundo seus idealizadores, “é um mundo de autenticidade, refletindo no cotidiano a herança cultural dos antepassados, mantendo seus hábitos e estilos de vida preservados”.⁵ Desse modo, percebe-se que há ênfase na referência cultural de grupos étnicos, busca de identificação com vividos passados de grupos sociais; fala-se, ainda que de uma forma genérica, em preservação e “autenticidade de hábitos e estilos de vida”⁶.

Na referida rota explora-se turisticamente a natureza (água, matas, montanhas, plantas medicinais, árvores nativas, campos etc.), a gastronomia “típica”, as bebidas (vinhos, licores, chimarrão...), o artesanato em vimes, palhas, madeira, lã, couro etc. No entanto, os produtos de maior expressão são o salame, queijo e o vinho. O primeiro dedica sua denominação à referida rota.

A região da Encosta Superior do Nordeste do RS (sua macrorregião) é constituída, em grande parte por imigrantes e descendentes de etnia italiana, tendo poloneses e alemães como outros grupos de menor presença numérica. É uma região expressiva da dinâmica policultora da agricultura familiar, região essa, em grande parte, de topografia montanhosa, a qual sempre exigiu grande presença de mão-de-obra nas atividades agrícolas. Desse modo, alterações nos processos produtivos foram acontecendo, porém, formas que sempre basearam a vida e a identidade dos grupos no meio rural tendem, de uma forma ou de outra, reproduzir-se com redefinições. Por isso que a manutenção de fatores ligados à tradição do cotidiano da vida do camponês, bem como a natureza, ainda o que dela resta preservada em termos de matas e águas, serve de ponto de atração e de otimização no interior da referida rota. Os produtos artesanais (vinho, salame, queijos, em particular), a gastronomia (os restaurantes “típicos”, os “cafés coloniais”), o turismo aquático, a venda e visitação da produção de erva-mate são os pontos de grande expressão. “Esses produtos são feitos de forma artesanal, num processo de desenvolvimento e crescimento aliado a busca da sustentabilidade em todos os níveis (econômicos, sociais, ambientais e culturais)”.⁷

⁵ Folder de propaganda da Rota das Salamarias, do Festival Nacional do Salame e da 24ª Festa Italiana de Marau, essa em junho e julho de 2012.

⁶ Projeto da Rota das Salamarias. Prefeitura Municipal de Marau.

⁷ Projeto da Rota das Salamarias. Prefeitura Municipal de Marau.

Em casas de expressão gastronômica (“restaurantes típicos”), é possível aliar as comidas “italianas” com cantorias dialetais vênetas; as músicas, o coral de cantoria italiana do município, os festejos do salame, das “semanas italianas” etc., colaboram para a reconstrução e publicização étnica no município, bem como para os intercâmbios entre grupos da Itália que visitam a região e vice-versa. Segundo dados da Prefeitura Municipal de Marau, entre 2008 e 2010, a Rota das Salamarias recebeu mais de 15 mil visitantes, vários, inclusive de outros países.⁸ A mesma revela ser uma iniciativa que alia políticas públicas, redes de turismo regional e estadual, organização de produtores, mediadores culturais, nichos de mercados regionais, festejos comunitários, os quais viabilizam a publicização e mercantilização de seus produtos. A mesma possui uma extensão de aproximadamente 13 km; há presença de 14 propriedades e mais de uma dezena de fornecedores de produtos. Essa iniciativa turística, produtiva, cultural e mercantil fez com que os produtores investissem e melhorassem a infra-estrutura de suas propriedades, em seus múltiplos cultivos, nos seus domínios e saberes para as confecções, criando condições de intercâmbio, reconstituição e disseminação de ações entre os participantes, bem como de incorporação de aprendizagens obtidas fora no circuito da referida rota.

Esse processo viabilizou a reconstituição de saberes, a identificação com paisagens “antigas” e formatos de vida no meio rural com certo equilíbrio na relação homem-natureza. Um membro da rota disse-nos que,

Nos convencemos de que preservar também dá lucro, além de ser necessário para as outras gerações; chega de derrubar como fizemos nos anos 70, com a soja, né; isso foi um desastre, hoje estamos vendo essa dependência maldita com a tal da soja, os venenos, tudo o que se destruiu não tem como recuperar hoje; é triste dizer assim, mas é; por isso, uma pequena parte aqui se faz”, relata-nos um membro da rota que explora os fatores naturais (matas, queda e fonte de água, animais nativos etc.) junto aos turistas⁹.

O ambiente construído é outro elemento fundamental para a identificação étnica, com o passado, com vividos “de outros tempos”; há restauração de imóveis/móveis, os quais buscam identificar grupos culturais e “promover auto-estima e identidade cultural [...]”. A sustentabilidade cultural pode ser notada no culto às tradições e aos costumes da etnia italiana que vão sendo preservadas e repassadas as gerações na família¹⁰. Como diz Sabourin (2006), ainda que de uma forma seletiva na

⁸ Ver site da rota. <http://www.salamarias.com.br/>

⁹ Informação verbal de um membro da rota em 22/08/2012.

¹⁰ Material de publicidade da Rota.

apropriação identitária local, esse processo faz com que atores sociais otimizem e inventem *potencialidades territoriais*, tenham clareza dos limites dos mesmos, reforcem laços culturais locais de pertencimento ao próprio território; ou seja, são do território e, fora dele, perdem boa parte de sua característica (PECQUEUR, 2008). Um entrevistado na rota nos diz que,

Hoje tu precisa se definir para se diferenciar; esse é o mercado; ele exige isso. Por isso que na rota [das Salamarias], orientamos o pessoal para o diferencial, para produtos deles, com a marca da qualidade e da tradição; eles encontram no dia-a-dia deles aquilo que se fazia e se comia antigamente; é isso que nós queremos; que volte o porão com o cesto de pão, o salame e o vinho, ovos e o toucinho [...], com os produtos conseguidos por lá mesmo.¹¹

Vimos que há interações de produtores e de conhecimentos em vários momentos e situações; os festejos auxiliam para isso, as mostras, as feiras etc., tudo isso promove formas de intercambiar e de aprender; as visitas que um faz à propriedade do outro, os auxílios na colheita da uva, os encontros dominicais nas comunidades etc., são oportunidade de trocas não-materiais. Somado a isso, é importante frisar que os produtores intercambiam e participam de outros sistemas de conhecimento, pois são também produtores de soja, pesquisam preço, por isso participam de outras redes, acionam outros contatos, estão inseridos em outros meios; há, portanto, um multipertencimento produtivo e identitário enquanto produtores rurais (SABOURIN, 2001). Enfim, podemos perceber que há criação de recursos, mobilização de saberes nos *dispositivos cognitivos do território* (PECQUEUR, 1996, p.20).

PUBLICIZAÇÕES ÉTNICAS

Noções como sustentabilidade, patrimônio cultural, preservação ambiental, saberes impressos no artesanato, gastronomia e festejos, como nos disse um jornalista de um jornal de Marau, “pegam bem hoje são explorados aqui”, fazem parte de seu conteúdo central e ganham respaldo na opinião pública e são muito dimensionados nos veículos de propaganda.

Os festejos estão nesse horizonte da publicização étnica e são promovidos para dinamizar a referida rota, enquadrá-la num horizonte mais amplo da gastronomia *italiana*. Uma das expressões é a Festa Nacional do Salame, a qual reconstitui na região uma longa trajetória de confecção do referido produto, sua ligação com antigos

¹¹ Informação verbal de um assessor dos produtores da rota, em 09/08/2012.

frigoríficos locais e com a cultura italiana dos descendentes de imigrantes italianos da região. Junto ao salame estão outros horizontes da gastronomia identificada como de “cultura italiana”, como é o caso do vinho, graspa, as massas etc. A Festa Itálica de Marau já está em sua 24ª edição e reúne grande número de pessoas, seus festejos duram em torno de 30 dias, com programação variada em todos os dias, com várias delegações de determinadas regiões da Itália que emigra para prestigiá-la. Há um envolvimento muito grande nesse sentido, e a referida rota ganha, com isso, mais dinamismo.

As festas passam a serem momentos importantes de trocas econômicas e de uma *economia cultural* (CERDAN; VITROLLES, 2008), de dinamismo relacional entre famílias, reafirmações de sociabilidades, em que a cultura popular, através da comilança, das danças e cantorias se ritualiza. As festas, portanto, resultam de iniciativas coletivas e, com isso, dão identidade aos territórios, valorização de mercado “aos nossos produtos”, sentimento de pertencimento, pois, os atores buscam encontrar recursos no território para melhorar qualidade, a identificação do produto com o local, recursos esses, muitos deles, produzidos e mobilizados por atores em interação com suas meio, oportunidades para integrar, renovar, inovar, reconstituir valores e saberes (CERDAN; FOURNIER, 2007). “Isso faz aumentar sua competitividade, vem de tal lugar”, relata um proprietário membro da referida rota. Na verdade, as ações de *proximidade* já são implementadas historicamente entre os grupos; são recursos locais que mais e mais são reconstituídos para viabilizar melhores ações produtivas e mercantis. Esse é um capital social dos grupos e que se fortalecem em momentos de ritualidades festivas, permite, com isso produzir mais sinergias entre atores e territórios, formando grupos de pertencimento.

Percebemos que, associada a uma *territorialidade étnica*, há busca de valorização de patrimônios culturais (materiais e imateriais), saberes étnicos, normas coletivas de qualidade, responsabilidades grupais no atendimento e na *performance* e qualidade dos produtos, “pra que ninguém estrague o outro”; nesses horizontes relacionais se produzem e fortalecem relações de amizade, alianças, retribuição, prestígio, confiança coletiva, intercâmbios de saberes e aprendizagens. As lógicas econômicas necessitam dos sentidos sociais e culturais, esses são construídos por grupos sociais ao longo de sua história.

Nesse sentido, insistimos no fato de que o desenvolvimento local agrega-se ao patrimônio cultural e, ambos, revelam-se no horizonte das paisagens, das festas (em geral, étnicas, de comunidades rurais e urbanas e de famílias, essas centradas em alguma árvore genealógica), nas exposições urbanas e rurais de artesanato, nos restaurantes no meio rural, nos dialetos, nas edificações de moradia, dentre outras.

SINERGIA ENTRE VALORES TRADICIONAIS E MERCANTILIZAÇÃO

A confecção de produtos conhecidos como “colonial” ou “da colônia” sempre fez parte das estratégias de sobrevivência no meio rural, no ramo agrícola, na definição de identidades de gênero e obrigações (afazeres) no interior das famílias. Esse processo está hoje contribuindo para recompor formas de organização da vida e resignificar tradições e etnias. Desse modo, as dinâmicas entre saberes, fazeres (atividades) e afazeres (obrigações morais e de gênero no interior das unidades camponesas) se reproduzem num processo contínuo de transmissão de valores e crenças e modos de fazer e de viver, como algo que identifica um grupo e que adquirem *sentidos comuns* (POUTIGNAT, 1998), os quais são partilhados por produtores, consumidores, agências mediadoras, setor público local-regional, turistas e os próprios produtores.

O conjunto das relações produtivas, de sociabilidade, de conhecimento e de vínculos produziu uma *dimensão territorializadora* (PLOEG, 2006) e de significados junto às unidades que compõem a referida rota. Ploeg (2006, p. 34) chama isso de uma “coreografia da recampesinização”, envolvendo uma maior diversificação, processamento na unidade e *circuitos curtos de mercado* (PECQUEUR, 1996). Desse modo, produtos considerados *locais* ganham e usufruem benefícios no âmbito local, com atores locais em preponderância (étnico-sociais). Vimos estratégias de produtores em tentar “recuperar o que sempre foi nosso, de nossa gente; os italianos daqui têm os seus produtos, isso precisa ser mais valorizado”, disse-nos um responsável pela Prefeitura Municipal de Marau.

Camponeses constroem e reconstroem passados e presentes em seu cotidiano de trabalho e em suas relações mercantis e de sociabilidades; experimentam ações e redefinem processos em razão de necessidades; (re)elaboram experiências fundadas na cultura e nos processos sociohistóricos de seu meio local e global. Em torno de determinados produtos, produzem-se territórios, costumes e valores humanos e simbólicos, aspectos esses que não se fundam unicamente na dinâmica da troca, da intercambialidade mercantil; são, sim, além de valores de troca, uma ampla e significativa troca de valores ou valores em troca. Dimensões materiais e subjetivas, bem como as cunho simbólico-coletivas, podem estar intimamente relacionadas.

A identidade com o espaço do vivido (e de temporalidade já longa) é um fator importante na definição das territorialidades humanas; a mesma não se dá sem uma referência ao passado dos grupos que produziram relações no espaço; por isso que a noção de pertencimento é muito cara para a ideia de território, pois re-aloca o contexto histórico em temporalidades presentes. Desse modo, a apropriação do

território está muito ligada a fatores afetivos, à intensa ligação com a natureza, com relações econômicas, políticas e culturais (HAESBAERT, 2004, p.78).

O território revela-se num espaço de sociabilidades (familiares, produção, saberes, comunidades etc.), de identificação com identidades coletivas, as quais se (re)constróem constantemente a partir das relações sociais que se estabelecem interna e externamente (SANTOS, 1993). Entendido também assim, o território passa a representar os limites físicos compreendidos por uma determinada identidade, cujas fronteiras foram construídas socialmente.

Cada sociedade e cada indivíduo produzem *seu* espaço, o dividem e o hierarquizam, lhes dá significados que lhes configura uma existência real, intercambiante entre grupos e localizados em *territorialidades culturais* e/ou étnicas, dimensionado os sentidos e o *pragmatismo do pertencimento* (ZANINI, 2008), que se revela em produtos na esfera da comercialização ou no marketing que publiciza as rotas, em particular, na das salamarias.

Nas rotas com identificação de uma *territorialidade étnica*, há busca de valorização de patrimônios, saberes étnicos, normas coletivas de qualidade, responsabilidades grupais no atendimento e na *performance* e qualidade dos produtos, “pra que ninguém estrague o outro”; nesses horizontes relacionais se produzem e fortalecem relações de amizade, alianças, retribuição, prestígio, confiança coletiva, intercâmbios de saberes e aprendizagens.

Se os mercados são construções sociais, a gastronomia, o alimento saudável, os hábitos alimentares, também o são, acrescidos do horizonte cultural, dos grupos em territórios (“o local de procedência”). Os “alimentos locais” e/ou regionais são vistos como contraposição aos padronizados, aos “que se compra nos mercados”, aos malefícios da produção industrial, aos estandardizados; nesse sentido, desenvolvem-se simbologias, valores culturais nos alimentos, conhecimento do passado, interação territorial, identificação de consumidores com produtos, confiança e interpessoalidade (FERRARI, 2011).

Vimos vários locais de expressão da “gastronomia étnica” em comunidades de maior pertencimento de descendentes de poloneses, italianos, holandeses e alemães, no norte e nordeste do Rio Grande do Sul; ambos passam a se integrar às rotas turísticas regionais e agregar ações na dinâmica de desenvolvimento de *territórios étnicos* e de viabilizar renda às unidades familiares.

DIÁLOGO COM OS TEMPOS

As sociedades buscam restaurar aspectos do passado, pois esses revelam a passagem temporal e espacial dos grupos e indivíduos; é a sua identidade espacial, temporal, social e individual (sentimental). Nesse sentido, precisamos de um *diálogo com os tempos*, (ABREU; CHAGAS, 2003), com as inovações, mas com as tradições também. É desse diálogo que vai depender a determinação de significados dos territórios. Expressões de memória material e imaterial não possuem tanta fronteira assim, são horizontes que se complementam e se integram.

Dar visibilidade aos vestígios, às memórias de lugares e aos lugares de memória, é quase que um imperativo na sociedade atual, pois, como muitos críticos contemporâneos falam, vivemos num período de ameaça das identidades, de substituição de tempos e lugares, de encurtamento de distância, de massificação de registros (propiciada pelas técnicas digitais e midiáticas), de tempos com dimensões lineares etc..

A dimensão dos valores do patrimônio cultural (aqui entendido também em correlação com etnias envolvidas) tende a estar em consonância com o conjunto das representações das formas de vividos temporais e regionais que cada grupo social produz, institucionaliza, pratica e transmite por meio de formas variadas de socialização e de interação dos membros e, desses, com outros *de fora* do grupo.

Desse modo, falar em patrimônio cultural, *etnicidade (territórios étnicos)*, é também, correlacioná-los com identidades, alteridades e fronteiras espaciais e históricas (ZANINI, 2008). Assim como os territórios, as etnicidades também são construídas; são processos engendrados por mediadores, legitimados pela história e pela vivência e produção territorial; as mesmas ganham contornos e configuração nos rituais, nas canções, na gastronomia, nas falas dialetais, na origem comum.

A vida camponesa, nesse sentido, é muito fértil em sua produção, pois identifica sujeitos coletivos, produz pertencimentos e faz agregar tradições passadas a determinadas dimensões do presente. Esse é o sentido de *herança* (transmissão) que a noção de patrimônio carrega e pressiona para sua reprodução e transtemporalidade. Em outras palavras, o patrimônio cultural é concebido aqui, em correlação temática, por ser um conjunto de bens materiais e imateriais, um fazer e saber de determinados grupos que conseguem estabelecer pontes e ligações entre o passado com o presente e, esse, com o futuro, ou seja, garantir permanências e continuidades, presenças nas ausências.



Figura 2. As casas no interior da Rota das Salamarias são mais do que espaços de habitação, expressam história, cultura, vivência, unidades grupais e identitárias, funcionalidades com atividades e o meio natural, condições econômicas, visibilidade pública dessas, horizontes de atração e de aconchego ao turista, “tem de ter uma boa impressão quando tu chega aqui, né”. Fonte: pesquisa de campo.

A Rota das Salamarias busca recuperar *identidades nos territórios*. Percebemos ritualidades étnicas que se expressam em cantorias, gastronomias, paisagens, construções, vestimentas, dialetos, saberes, artesanatos, festas etc. É uma forma que grupos encontraram para agregar renda, otimizar *recursos territoriais*, paisagísticos, arquitetônicos e de mercado dos produtos considerados *locais*. Tradições vão se *modernizando*, alterando processos de ontem, no saber-fazer que vai se reconstituindo, mas conservando aspectos que se tornam referenciais. Por isso que entendemos que a *etnicidade* deva ser compreendida como algo mediado, confrontado, adequado, seletivizado, diferenciado, circunstancializado, comparado e mudado em decorrência das necessidades, das mudanças culturais produzidas e das vantagens obtidas pelos sujeitos e grupos envolvidos em períodos específicos.

Entendemos que os grupos étnicos querem referenciar o passado, muitas vezes, congelando o tempo e seus atributos relacionais e culturais. As identidades culturais têm muito a ver com as estratégias adotadas pelos indivíduos em suas interações, nessas, os atores/grupos sociais se integram ou se distinguem, fazem ver seu pertencimento étnico e, ao mesmo, tempo, produzem distinção e idealizações.

Na Rota das Salamarias há uma identificação com o território que liga os tempos da imigração para o Brasil e, em particular, para o Sul do país. Essa correlação passa a ser um recurso que une culturas, dialetos e dinâmicas econômicas. Isso acaba produzindo um *capital social étnico* que serve para alimentar iniciativas de intercâmbio entre os dois países, alimentar emigrações do Brasil, vínculos culturais, muitas vezes, extemporâneos e sem perceber as mudanças históricas de ambos, funcionando mais como símbolo de *marketing* e de turismo do que propriamente dito como realidade cultural.



Figura 3. Acordos entre grupos e sociedades co-irmãs, as quais interligam micro-regiões do Brasil com outras da Itália, são de grande expressão na região colonial do RS. Esse processo produz *irmandades* com vínculos históricos de trajetórias migratórias. Fonte: pesquisa de campo.

O patrimônio cultural é uma dimensão de tempos longos, herança de geração a geração, expressa bens e valores materiais e imateriais, dinâmica contínua de transmissão de valores e crenças, de saberes e modos de fazer e de viver que caracterizam um grupo social num determinado lugar e tempo (SANT'ANNA, 2003).

Insistimos que não podemos perder de vista horizontes mercantilizadores que, também, redefinem o que é o velho e o novo, identificam e conceituam o que é tradição e modernidade. Há um mercado dos bens simbólicos, de midiaticização das tradições, etnicidades transmitindo ideais e valores de pertencimento, que, sem dúvida, colabora em muito para a reconstrução seletiva da mesma.



Figura 4. Residências com características arquitetônicas do período das colônias de imigração italiana, em geral da segunda geração, são transladadas para o interior de rotas para melhor definir pertencimentos e territorializar etnias. Elas passam a ser e a ter pontos de referência temporal e grupal, espaço e um tempo de (con)vivências, nuclearização estendida. Como espaço de memória, a casa imprime os ritos de passagem (entrada, saída, retorno, permanência e deslocamento). Fonte: Pesquisa de campo na Rota Caminhos de Pedra, em Bento Gonçalves.

Os *conteúdos culturais* (CERDAN; VITROLLES, 2008) que dão notoriedade a um produto são explorados em sua natureza imaterial (saberes, formatos, sentidos, vínculos com determinados consumidores), ganhando atribuição de autenticidade e tipicidade, englobando também fatores naturais e humano-sociais (LERICHE, 2008). As condições e as formas de produzir também resultam de culturas e de histórias.

Vimos que esse processo denominado de *pertencimento de grupos* (AUGÉ, 1978) produz capitais sociais no interior dos mesmos; isso é muito utilizado por estruturas midiáticas, religiosas e empresariais de grande porte (como as vinícolas de grande expressão, queijarias, redes hoteleiras etc.), bem como pelas “agroindústrias caseiras” (como são denominadas por interlocutores em pesquisa de campo) de vários tipos, em particular as do vinho e queijo “colonial”, praticamente todos os destilados (licores), as das farinhas (pães, cucas e doces), da erva-mate, de carnes e embutidos, do leite e vários de seus derivados, os moinhos e a venda da farinha de “moinho de pedra”, comuns no interior da Rota das Salamarias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que os produtos artesanais “de hoje” reconfiguram heranças culturais que grupos sociais apreenderam de diferentes outros grupos de convivência história e contemporaneizada, em seus múltiplos tempos e espaços de vida, portanto, de trocas culturais étnicas, de saberes adaptados e inventados ao sabor das circunstâncias; os mesmos expressam o que autores denominam *sistemas locais de conhecimento*. Por isso que falar em artesanato é no mínimo correlacionar tempos, culturas e contatos, formas e traços culturais produzidos pela relação ambiental e social no contexto do vivido, pelas readaptações e invenções em razão das mudanças sociais, do ambiente e dos recursos e domínios tecnológicos, presentes em temporalidades variadas, enfim, das dinâmicas da vida no meio rural e que as unidades familiares produzem e enfrentam (RIBEIRO; TONIAZZO, 1979).

Inúmeros saberes se cristalizam, são adaptados e intercambiados, alguns são excluídos, outros gerando profissões exclusivas e identificadas como expressão de um patrimônio cultural e histórico. A transmissão e incorporação de saberes sempre foram mais do que uma transmissão de técnicas; era expressão de valores, construções de papéis, estrutura social, reprodução de grupos de camponeses. As experiências do vivido cotidiano refletem o papel da tradição em constante mutação. A *tradição* está ligada à memória, ao passado reconstruído, tendo o presente como base e como re-elaboração referencial. Desse modo, a *tradição* de grupos étnicos e de certos produtos considerados artesanais são processos ativos. A recriação de representações simbólicas e práticas sociais de um passado de trabalho penoso, de sacrifício proporcionam significados e valorizações à vida dos pequenos agricultores.



Figura 5. Cachaçaria e agroindústria de outros produtos derivados da cana e da uva no interior da Rota das Salamarias; a construção conserva características da habitação antiga da família.

Fonte: pesquisa de campo.

É evidente que nem tudo é *eticizado* na referida rota, porém, busca-se agregar valores e, na medida do possível, criar padrões alternativos de produtos em contraposição aos já *estandardizados*, como é o caso do vinho colonial em contraposição ao industrializado, o pão e a *cuca caseira* em relação “aos da padaria”, a galinha e os ovos caipiras em relação aos “daqueles da Perdigão”, a erva-mate “socada” em contraposição à empacotada das indústrias e “cheias de conservantes”, e outros parâmetros e contra-posições impressas em vários produtos que ganham dinamismo mercantil e produtivo nas unidades de produção.

Reforçamos o que afirmamos desde o início, ou seja, de que aspectos da tradição camponesa podem se tornar maximizadores nas unidades familiares; entendemos que processos vistos como tradicionais não são apenas resíduos, que sobram (dimensão fatalista) no presente, mas o passado que é reconstituído, revalorizado e imbricado nas instâncias modernas (de produção, comercialização e concepção sobre o rural) e que constroem possibilidades de reprodução e visualização no futuro.

Vimos que o produto que ganha conotação de “colonial” incorpora e representa cultura, tradição, sabor, jeito da “vida de antigamente aqui na roça”.

Percebemos também que a opção de novas atividades agrícolas e não-agrícolas, os produtos com conotação diferenciada, a continuidade nas formas tradicionais de produção (soja, trigo, milho, leite etc.), a inserção maior dos pequenos agricultores no mercado, ampliação de renda, agregação de valor, são todas estratégias que se agrupam ao horizonte “colonial”. Muitos dos produtos coloniais, se forem readequados às exigências e normas de saúde e de infra-estrutura para sua produção, segundo vários proprietários, perdem a conotação de “colonial” (queijos, sucos, vinhos, embutidos etc.).

É bom frisar que nem todas as unidades familiares estão inseridas nesses *territórios étnicos*; há, sem sombra de dúvidas, diferenciações entre as unidades nesse sentido, inclusive com exclusão social de algumas e apropriação de identificações de uma forma genérica quando da definição dos chamados “produtos artesanais locais”, como é o caso da Rota das Salamarias; nem todos produzem os salames que são identificados com a marca da “Rota das Salamarias” e a erva-mate socada e os artesanatos; há exclusões sociais *internas* nesse processo de reconstrução coletiva que vincula patrimônio cultural, produtos e territórios.

É interessante que se enfatize também que há muitos limites, pontos de estrangulamentos, incertezas nas atividades e nos empreendimentos que conservam e adentram para produtos artesanais. Produtores dizem que há carências de financiamentos para infra-estrutura, não há garantias de mercado para vários produtos, nem de preços compensadores.

Desse modo, tanto as identidades, quanto os territórios são processos em curso que revelam a dinâmica do cotidiano de atores sociais e que se constituem ao longo do tempo tendo como principal elemento o *sentido de pertencimento* do indivíduo ou grupo com o seu espaço de vivência. Essa identidade com o espaço do vivido, com as práticas enraizadas na sociabilidade histórica é que dá o caráter de *território*, de *patrimônio*, de *tradição* e os correlaciona aos grupos.

REFERÊNCIAS

ABREU, R.; CHAGAS, M. (orgs.). **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

AUGÉ, M. **Le forme dell’oblio**. Dimenticare per vivere. Milano: Il Saggiatore, 1978.

CERDAN, C. et al. Du changement technique à la combinaison d’activités et de services. In: MUCHNIK, J.; SAIN MARIE, C. (Coord.). **Les temps des Syal. Technique, vivres et territoires**. Versalhes: Quae, 2010, p. 297-312.

CERDAN, C.; FOURNIER, S. Le Système agroalimentaire localisé comme produit de l’activations de ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions

agroalimentares artesanais. In: PECQUEUR, B., GUMUCHIAN, H. **La resource territorial**. Paris: Édition Economica, 2007, p. 103-125.

CERDAN, C.; VITROLLES, D. Valorisation des produits d'origine: contribution pour le développement durable dans la Pampa Gaucha au Brésil. In: **Geocarrefour**, n. 83, v.3, p. 191-202, 2008.

FERRARI, D. L. **Cadeias agroalimentares curtas**: A construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina. Porto Alegre, PDGR, 2011. Tese em Desenvolvimento Rural.

HAESBERT, R. **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2004.

LERICHE, F. et al. (Coord.). **L'économie culturelle et ses territoires**. Mirail: PUM, 2008.

PECQUEUR, B. (Ed.). **Dynamiques territoriales et mutations économiques**. Paris: L'Harmattan, 1996.

PECQUEUR, B. **Le développement local**. Paris: Syros, 2008.

PECQUEUR, B.; ZIMMERMANN, J. B. (Sous la dir.). **Economie de proximités**. Paris: Lavoisier, 2004.

PLOEG, J. D. V. der. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 13-56.

POUTIGNAT, P. **Teorias da etnicidade**. São Paulo: Unesp, 1998.

RIBEIRO, C. M. P. J.; TONIAZZO, M. E. P. O artesanato feminino na região de colonização italiana no nordeste do Rio Grande do Sul. In: **Anais do I e do II Fórum de Estudos Ítalo-Brasileiros**. Porto Alegre/Caxias do Sul: EST/UCS, 1979, p. 233-240.

SABOURIN, E. Aprendizagem coletiva e construção social do saber local: o caso da inovação na agricultura familiar da Paraíba. In: **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, n. 16, abril, p. 37-61, 2001.

SABOURIN, E. **Camponeses do Brasil**: entre a troca mercantil e a reciprocidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SABOURIN, E. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 215-239.

SANT'ANNA, M. A face imaterial do patrimônio cultural: os novos instrumentos de reconhecimento e valorização. In: ABREU, R.; CHAGAS, M. (Orgs.). **Memória e patrimônio...**, p. 46-55.

SANTOS, M. **Fim de século e globalização**. São Paulo: Hucitec-Anpur, 1993.

ZANINI, M. C. T. Pertencimento étnico e territorialidade: italianos na região central do RGS. In: **Revista Redes**. V. 13. Santa Cruz do Sul/Unisc., n. 3, p. 140-63, set./dez., 2008.