



Imagens de gaúchos e *gauchos* no pampa sul-rio-grandense e platino

FRANCISCO DAS NEVES ALVES
LUIZ HENRIQUE TORRES

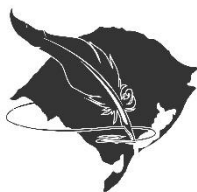
25



CIDH
Cátedra Convidada FCT / Infante Dom Henrique
para os Estudos Insulares Atlânticos e a Globalização



**Imagens de gaúchos e
gauchos no pampa sul-rio-
grandense e platino**



COLEÇÃO
RIO-GRANDENSE



CONSELHO EDITORIAL

Alvaro Santos Simões Junior

- Universidade Estadual Paulista – Assis -

António Ventura

- Universidade de Lisboa -

Beatriz Weigert

- Universidade de Évora -

Carlos Alexandre Baumgarten

- Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul -

Carlos Carranca

- Universidade Lusófona -

Eloisa Helena Capovilla da Luz Ramos

- Universidade do Vale do Rio dos Sinos -

Ernesto Rodrigues

- CLEPUL – Universidade de Lisboa -

Francisco Gonzalo Fernandez Suarez

- Universidade de Santiago de Compostela -

Francisco Topa

- Universidade do Porto -

Isabel Lousada

- Universidade Nova de Lisboa -

João Relvão Caetano

- Cátedra Infante Dom Henrique (CIDH) -

José Eduardo Franco

- CIDH e CLEPUL – Universidade de Lisboa -

Maria Aparecida Ribeiro

- Universidade de Coimbra -

Maria Eunice Moreira

- Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul -

Vania Pinheiro Chaves

- CIDH e CLEPUL – Universidade de Lisboa -

Francisco das Neves Alves
Luiz Henrique Torres

Imagens de gaúchos e *gauchos* no pampa sul-rio- grandense e platino



CIDH

Cátedra Convidada FCT / Infante Dom Henrique
para os Estudos Insulares Atlânticos e a Globalização



Biblioteca Rio-Grandense

Lisboa / Rio Grande
2019

**DIRETORIA DA CÁTEDRA INFANTE DOM HENRIQUE
PARA OS ESTUDOS INSULARES ATLÂNTICOS E A
GLOBALIZAÇÃO**

Diretor: José Eduardo Franco

Diretor-Adjunto: João Relvão Caetano

Secretária: Aida Sampaio Lemos

Tesoureira: Joana Balsa de Pinho

Vogais: Maurício Marques, Paulo Raimundo e Carlos Carreto

DIRETORIA DA BIBLIOTECA RIO-GRANDENSE

Presidente: Francisco das Neves Alves

Vice-Presidente: Pedro Alberto Távora Brasil

Diretor de Acervo: Mauro Póvoas

1º Secretário: Luiz Henrique Torres

2º Secretário: Ronaldo Oliveira Gerundo

1º Tesoureiro: Valdir Barroco

2º Tesoureiro: Roland Pires Nicola

Ficha Técnica

- Título: Imagens de gaúchos e *gauchos* no pampa sul-rio-grandense e platino
- Autores: Francisco das Neves Alves e Luiz Henrique Torres
- Coleção Rio-Grandense, 25
- Composição & Paginação: Marcelo França de Oliveira
- Cátedra Infante Dom Henrique para os Estudos Insulares Atlânticos e a Globalização
- Biblioteca Rio-Grandense
- Lisboa / Rio Grande, Agosto de 2019

ISBN – 978-85-67193-32-8

SUMÁRIO

Imagens do gaúcho rio-grandense: registros
iconográficos históricos, idealizados e
publicitários.....7

A imagem do *gaucho* platino em três desenhos
animados.....48

Imagens do *Gaucha* em Jean Pallière.....67

Imagens do gaúcho rio-grandense: registros iconográficos históricos, idealizados e publicitários

Francisco das Neves Alves*

A construção imagética do gaúcho perpassa a formação histórica do Rio Grande do Sul. Do fora da lei à figura heroicizada foi uma trajetória secular que acompanhou os períodos colonial, imperial e republicano. Primeiramente observado como um indivíduo criado à margem da sociedade, a imagem do gaúcho passou a tomar contornos diferentes principalmente a partir da literatura regional de meados do século XIX. Como na Europa, o romantismo buscava inspiração no passado medieval, no caso rio-grandense-do-sul, sem tal opção, o cavaleiro andante foi substituído pelo “centauro dos pampas”, idealização daquela figura. Passada uma centúria, em meados do século XX, uma nova aura de idealização

* Francisco das Neves Alves é Professor Titular da Universidade Federal do Rio Grande, Doutor em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e realizou Pós-Doutorados junto ao ICES/Portugal (2009); à Universidade de Lisboa (2013), à Universidade Nova de Lisboa (2015), à UNISINOS (2016), à Universidade do Porto (2017) e à PUCRS (2018). Entre autoria, coautoria e organização de obras, publicou mais de cento e trinta livros.

romanceada recaiu sobre o gaúcho a partir do movimento tradicionalista sul-rio-grandense que edificou uma identidade que se estende até a contemporaneidade.

As diversidades regionais constituíram e constituem uma característica intrínseca à formação brasileira, desde as suas origens. Nesse quadro, o Rio Grande do Sul se estabeleceu como um desses espaços diferenciados no que tange ao conjunto das unidades administrativas brasileiras. Foram vários os exemplos ao longo da história que marcaram tais diferenciações, o caso da colonização, ocupação e incorporação tardia do território rio-grandense ao império colonial luso e das intrínsecas relações, integrações e oposições em relação aos vizinhos estrangeiros, por tratar-se de uma região fronteiriça. Posteriormente, o Rio Grande do Sul apareceria como protagonista no cenário das grandes transformações institucionais do país, agindo como verdadeiro fator de instabilidade do Estado nacional brasileiro.

Vários dos modelos organizacionais desse Estado nacional tenderam ou à possibilidade das discrepâncias regionais manifestarem-se abertamente, ou à tentativa de criação de modelos nacionalistas e homogeneizadores, intentando eliminar/escamotear as desigualdades entre cada uma das suas partes constitutivas. A ditadura estadonovista (1937-1945) foi um desses modelos que mais fortemente buscou apresentar a supremacia do “todo nacional” sobre as “partes regionais”. No próprio estado do Rio Grande do Sul desenvolveu-se um amplo projeto no sentido de demonstrar a “brasilidade” dos sul-rio-grandenses, intentando identificá-los com a pátria brasileira, mesmo nos momentos de ruptura institucional. Nessa época, a abordagem das diversidades regionais foi evitada ao extremo.

Já nos anos quarenta, como resultado das transformações operadas no Brasil no pós - II Guerra Mundial e como uma reação à forte penetração ideológica norte-americana, se desenvolveria, paulatinamente, no Rio Grande do Sul, um movimento tradicionalista, buscando enfatizar o “nativismo” e o “gauchismo”, como um renascer do regionalismo e do destaque às diversidades rio-grandenses-do-sul. O tradicionalismo gaúcho ganharia cada vez mais adeptos e viria a se transformar em um movimento hegemônico no contexto sul-rio-grandense. Desse modo, de manifestação eminentemente valorizadora das diversidades regionais, o tradicionalismo assumiria uma tendência homogeneizadora em torno da figura do gaúcho, contribuindo, a seu modo, na tentativa de igualizar as próprias diversidades internas ao Rio Grande do Sul. Este ensaio pretende apresentar três exemplos que comprovam tal processo de transformação, através de brevíssimos estudos de caso.

O tradicionalismo passaria a se organizar a partir da segunda metade da década de quarenta, durante a reabertura política, após a ditadura estado-novista, e surgia, segundo seus idealizadores, como uma reação à ferrenha penetração cultural norte-americana promovida, mormente a partir do contexto da II Guerra Mundial. Dava-se então a criação do Centro de Tradições Gaúchas – CTG 35, entidade que pretendia restabelecer, no meio urbano, o “espírito solidário do *pago*”. Começaria então um processo de disseminação irretorquível, em vertiginosa progressão geométrica, através de várias localidades rio-grandenses, para, posteriormente, ultrapassar as fronteiras gaúchas, nos estados sulinos, no conjunto da federação e ao longo de muitos pontos na conjuntura mundial (BARBOSA LESSA, 1993, p. 75-76).

Na concepção de seus criadores, os CTGs teriam por intento valorizar e prestigiar a figura humana do gaúcho, enfatizando aqueles elementos constitutivos que consideravam cruciais à formação de uma cultura rio-grandense por eles idealizada. O núcleo básico seria o ritual do mate, como escola de cordialidade. A invernada campeira envolvia a recuperação do cavalo em práticas desportivas. A invernada artística promoveria o preenchimento da lacuna deixada pelas escolas públicas e privadas, de modo a preparar as crianças para festivais de encerramento do ano letivo. Já a invernada mirim se trataria de uma atenção especial às crianças, transmitindo-lhes através da dança as noções básicas da sociabilidade. O fandango aparecia como um antídoto ao conflito de gerações, com pais e filhos comungando alegria em pé de igualdade. Em resumo, os promotores do movimento pretendiam levar a um retorno moral ao “tempo de dantes”, não para reviver esterilmente o passado, mas para resgatar do passado a esperança perdida (BARBOSA LESSA, 1993, p. 76).

A partir de uma bem ordenada organização interna, do convencimento da opinião pública e do apoio midiático e oficial, se daria uma ampla expansão e verdadeira institucionalização do tradicionalismo. Tais tendências tradicionalistas, criadas nos anos quarenta e a partir de então disseminadas, vieram a exercer significativa hegemonia cultural, mormente no que tange à orientação discursiva do senso comum no seio da comunidade sul-rio-grandense. Ainda assim, viriam a despertar forte crítica, notadamente no meio intelectual e acadêmico, lançando-se como argumento o fato de tratar-se de um movimento edificado em bases artificiais e com vistas a uma ideologização de pressupostos calcados em uma visão elitista do passado, com o privilégio de uma perspectiva mitificadora e

heroicizante da formação histórica rio-grandense (ALVES, 2008, p. 11-12; ver: DACANAL, 2004 e GOLIN, 1983).

Segundo seus idealizadores, o tradicionalismo procura, mais do que tudo, reforçar o núcleo da cultura rio-grandense, tendo em vista o indivíduo que tateia sem rumo e sem apoio dentro do caos contemporâneo. Nesse sentido, através dos CTGs, o tradicionalismo procura entregar ao indivíduo uma agremiação com as mesmas características do “grupo local” que ele perdeu ou teme perder, ou seja, o “pago”, mais do que o seu próprio, mas também o das gerações que o precederam. Dessa forma, à medida que os CTGs se espraiassem, o tradicionalismo se confundiria com o regionalismo, atuando para que todos os indivíduos que compõem a região sintam os mesmos interesses, os mesmos afetos, e, dessa forma, reintegrem a unidade. Assim, uma das metas estabelecidas pelo movimento era a de que todos os cidadãos tivessem interesses e culturas comuns, com a vontade unificada que daí advinha (BARBOSA LESSA, 1954, p. 7-8).

A questão da criação de uma identidade passa a ser a mais recorrente no seio do tradicionalismo, de modo que manter a distinção entre o Rio Grande do Sul e o resto do Brasil, viria a ser uma forma de preservar a identidade cultural do estado, tornando-se um elemento comum ao discurso tradicionalista a referência à ameaça que estaria pairando sobre a integridade gaúcha. Poderia parecer estranho esse renascimento do gauchismo na virada do século, quando o Brasil já se encontra bastante integrado do ponto de vista político, econômico, cultural, de transportes e de comunicação de massa, o que levaria ao aprofundamento de um processo de homogeneização e padronização dos hábitos e atitudes da população em termos nacionais. Entretanto, na contramão dessa corrente viriam a se afirmar identidades regionais, das quais o Rio Grande do Sul

constituiu exemplo expressivo. Nesse sentido, originou-se uma tendência pela qual os gaúchos só chegariam ao nacional, através do regional, ou seja, só seria possível ser brasileiro, sendo antes gaúcho. Dessa maneira, quando se pretende comparar o Rio Grande do Sul ao resto do país, apontando diferenças e construindo uma identidade social, torna-se quase inevitável que esse processo lance mão do passado rural do estado e da figura do gaúcho, por serem estes os elementos emblemáticos que permitem ser utilizados como sinais distintivos (OLIVEN, 1993, p. 78-80).

Apesar das controvérsias, o processo de consolidação do tradicionalismo se tornou inexorável no âmago da sociedade do Rio Grande do Sul. A marca registrada do movimento foi uma avassaladora uniformização e homogeneização sociocultural, unificando todos os rio-grandenses em uma monolítica, unívoca e estereotipada figura – a do gaúcho, difundindo uma cultura idealizada e gauchizando os sul-rio-grandenses, em detrimento de outros elementos culturais (FLORES, 1989, p. 71-72). Desse modo, o modelo que é construído quando se fala nas coisas gaúchas está baseado em um passado que teria existido na região pastoril da Campanha e na figura real ou idealizada do gaúcho, girando em torno desse eixo os debates sobre a sua identidade. Tal construção identitária, entretanto, mais exclui do que inclui, deixando fora a metade do território sul-rio-grandense e grande parte de seus grupos sociais (OLIVEN, 1992, p. 100).

Mesmo diante de tais incongruências, a ação do tradicionalismo foi extremamente eficaz e ganharia espaço insuperável junto à sociedade rio-grandense-do-sul e os meios de comunicação de massa iriam exercer papel primordial nessa consolidação. Dessa maneira, um ponto seria pacífico entre os defensores e os opositores do tradicionalismo – em curto espaço de tempo, o gauchismo

conquistara a mídia (GOLIN, 1993, p. 92). Em um quadro pelo qual livros incontáveis foram editados e reeditados, gravaram-se inumeráveis discos e foram criados espaços nos jornais e revistas, rádio e televisão, bem como a filmografia do gaúcho tornou-se expressiva, o mesmo ocorrendo na iconografia resultante das artes visuais e, até na publicidade e na política houve repercussão intensa (FAGUNDES, 1993, p. 98). As atividades, hábitos, costumes e padrões de consumo em torno do tradicionalismo transformaram-no em um produto de excelência para compra e venda. Estabelecia-se, assim, um mercado de bens materiais e simbólicos de dimensões muito significativas, movimentando grande número de pessoas e recursos, estando em crescente expansão (OLIVEN, 1993, p. 77).

A propagação do tradicionalismo encontraria nos meios de comunicação de massa um elemento difusor extraordinário, pois, neles, constantemente, reproduziam-se premissas acerca do movimento que praticamente se transformavam em verdades inquestionáveis. O círculo vicioso passa a não ter fim, uma vez que a mídia propala diversas teses que normalmente contam com a maior aceitação de parte de seus leitores, cujas opiniões ficam a partir daí condicionadas, ao passo que, quanto mais repetidas, mais absolutas tornam-se certas verdades, ainda que construídas discursivamente, em um recorrente e por vezes irreversível processo de realimentação discursiva. Exemplo de tal prática se deu através da mídia impressa sul-rio-grandense, como foi o caso do jornal *Zero Hora*, surgido em 1964 e que viria a constituir-se no periódico de maior circulação no âmbito estadual e, desde o início, buscou manifestar uma propalada identidade com a comunidade em que estava inserido, prometendo ser um periódico autenticamente gaúcho (ALVES, 2008, p. 17-18).

Através das páginas de *Zero Hora*, o tradicionalismo ganharia um colossal espaço, traduzindo o caráter massificador e homogeneizador do movimento. Desse enorme universo de edições voltadas ao tema, alguns registros iconográficos e matérias jornalísticas podem servir como um ínfimo microcosmo exemplificativo de tal processo. Os registros iconográficos se referem a fotografias e desenhos estampados em algumas edições alusivas ao 20 de Setembro, nas quais ficam demarcadas as concepções embasadas no tradicionalismo quanto à indumentária, a qual deveria ser a típica dos sul-rio-grandenses. Já quanto às matérias textuais, se referem a uma proposta verdadeiramente institucional de consolidação do gauchismo em termos escolares e outra traz à tona uma perspectiva quanto aos custos de serem mantidos os ideais homogeneizadores.

A edificação imagética do gaúcho: a histórica, a tradicionalista e a midiática

As imagens dos moradores do Rio Grande do Sul foram descritas recorrentemente nos relatos emanados pelos viajantes estrangeiros que estiveram no Rio Grande do Sul do século XIX. Seus testemunhos são fundamentais para a reconstrução histórica de um passado, o qual nem sempre fica evidenciado a partir da documentação mais tradicional. Tais visitantes traziam olhares específicos a respeito de determinadas realidades e detalhes da vida em sociedade, registrando retratos cotidianos da terra e de sua gente. Diante de uma enorme preponderância dos apontamentos textuais, ocorreram também registros iconográficos que, simbólica e/ou literalmente davam cores às vivências dos pretéritos sul-rio-grandenses. Nesse último caso, destacam-

se os trabalhos do francês Jean Baptiste Debret e do alemão Herman Rudolf Wendroth.

As obras de Debret e Wendroth tornam-se fundamentais quando se trata de desvelar o passado sulino. Cada qual a seu tempo, com suas conjunturas e estilos diferenciados, deixaram registros vitais para que se possa conhecer a muitas vezes multifacetada história gaúcha. O primeiro, um artista francês, reconhecido internacionalmente, vindo em missão cultural, amparado governamentalmente, assumindo funções públicas ligadas à sua profissão, em um conjunto de características que granjeariam quase que um caráter oficial à sua obra. Já o segundo, um mercenário, vindo com um fim bem determinado de atuar nas lides bélicas, mas cujo temperamento o afastaria destas, levando-o a peregrinar pelo território rio-grandense em busca de condições de sobrevivência, mas, ao mesmo tempo, registrando muito daquilo que encontrava pelo caminho. O pintor, durante o período joanino e os primeiros passos em direção à independência. O mercenário, já a época em que o Estado nacional brasileiro se consolidava. O francês com sua técnica estruturada a partir do aprendizado em escolas de arte, em traços bem definidos. O alemão em suas aquarelas por vezes ricas em detalhes, ou em verdadeiros rascunhos ou desenhos caricaturais. Debret com sobriedade. Wendroth com ironia e bom humor. Ambos contribuindo significativamente para retratar o passado rio-grandense, trazendo a lume algumas imagens acerca da província sul-rio-grandense (ALVES, 2009, p. 32-33).

Os dois artistas faziam apontamentos sobre hábitos, costumes e padrões dos rio-grandenses-do-sul do século XIX, inclusive no que tange à indumentária. Dentre os registros por eles realizados apareciam aqueles que, de certo modo, acabariam por plasmar-se como a do gaúcho a partir

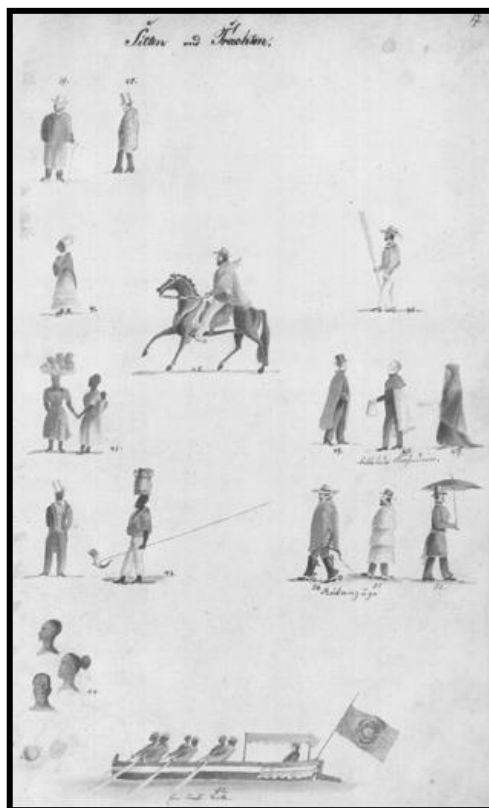
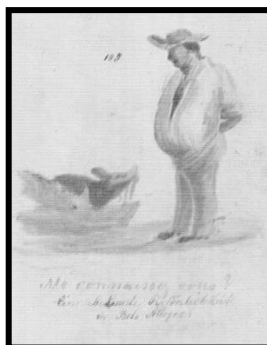
do tradicionalismo, conforme as figuras seguintes, a primeira de autoria de Debret e as demais de Wendroth:



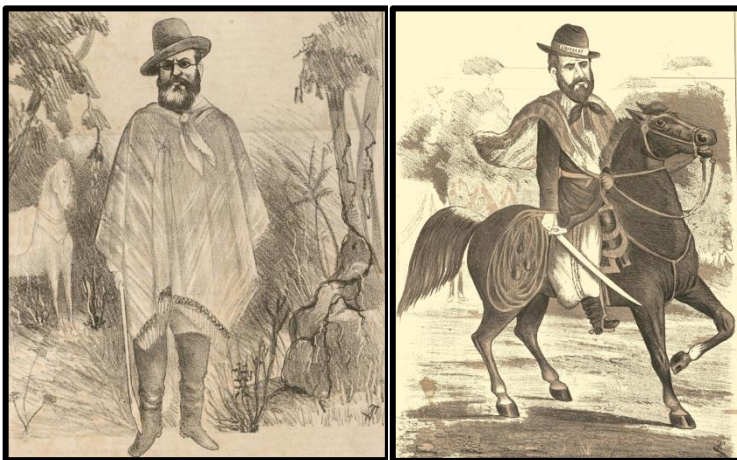


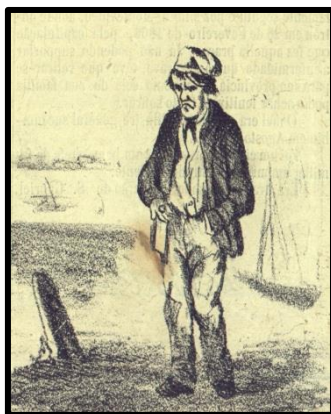
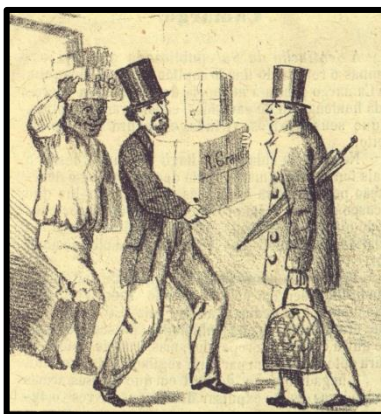
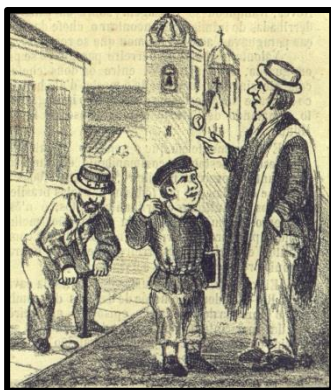
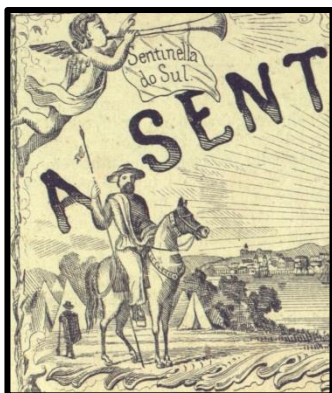
Mas não foi apenas a “típica” figura do gaúcho, depois sacramentada pelo tradicionalismo, aquela a ser registrada pelos dois artistas. Outras imagens da gente rio-grandense-do-sul também apareceram em tais desenhos. Assim, não foi só o gaúcho com aquilo que viria a se convencionar com a denominação de “pilcha” que foi retratado pelos pintores, surgindo em cores vivas outros modelos e outras indumentárias, revelando uma enorme diversidade e a heterogeneidade presentes no seio da população rio-grandense, de acordo as figuras seguintes, a primeira de autoria de Debret e as demais de Wendroth:

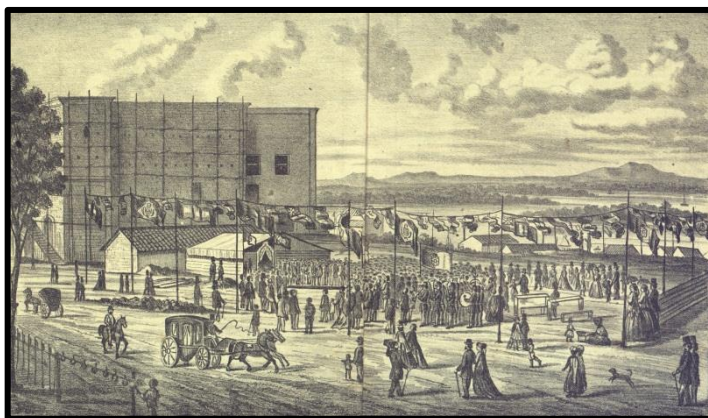
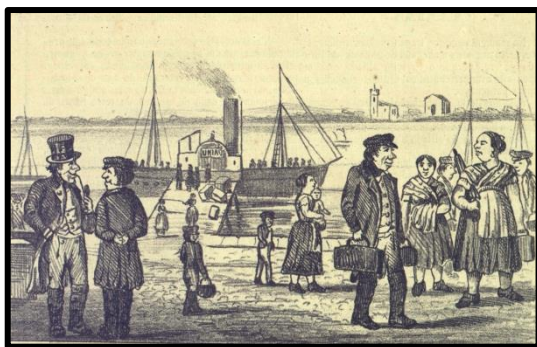


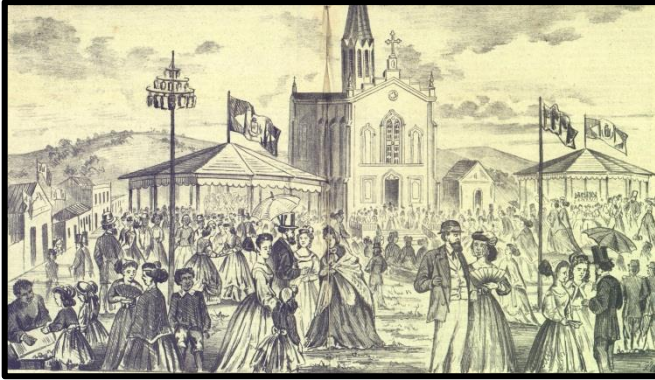


A imprensa caricata, amplamente difundida no Rio Grande do Sul do século XIX, também traz registros iconográficos sobre os sul-rio-grandenses da época. Lá está a figura do gaúcho, fosse para personalizar uma identidade romantizada e idealizada, como as duas primeiras expressas pelo *Bisturi* (17 ago. 1890 e 10 set. 1893), para apresentar dois membros da tendência política defendida pelo periódico; ou ainda pelo *Artista* (16 jan. 1906), na terceira, para designar a reivindicação em torno do acesso marítimo ao estado. Já a *Sentinela do Sul* (14 jul. 1867; 4 ago. 1867; 1º set. 1867; 8 set. 1867; e 12 jan. 1868) nas ilustrações seguintes, trazia a figura do gaúcho no seu frontispício, para representar a participação na Guerra do Paraguai, mas também para mostrar o “homem de fora”, ludibriado pela população urbana; assim como mostrava vários outros usos, costumes e indumentárias presentes no contexto rio-grandense de então.

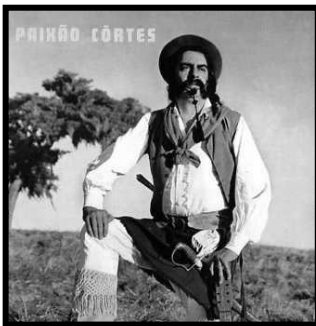




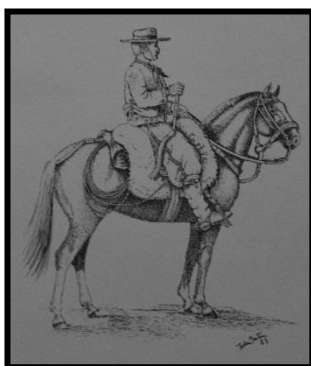
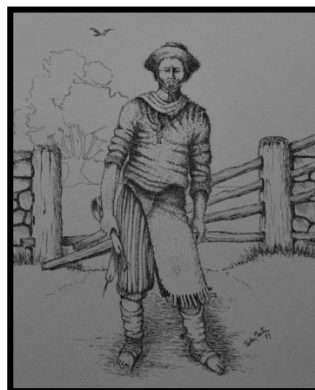




Os articuladores do ideário tradicionalista, entretanto, iriam pinçar especificamente, naquele contexto pretérito de diversidade, a imagem que elegeram como a preferencial para designar o que viria a ser o verdadeiro gaúcho. Barbosa Lessa e Paixão Cortes, exemplificativamente, propagaram tais princípios, repetindo em larga escala os registros iconográficos de sua preferência, como pode ser identificado nas duas figuras seguintes, uma capa de um LP e outra de um manual de dança (BARBOSA LESSA & PAIXÃO CORTES, 1975, p. 147 e 172):



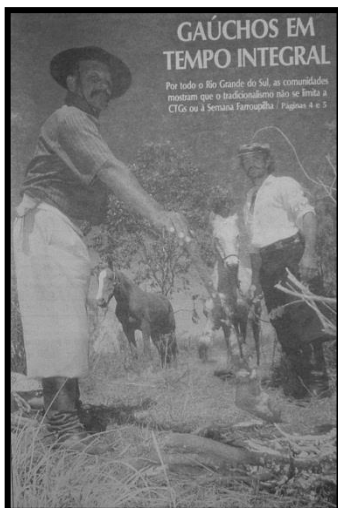
Tais concepções viriam a ser reproduzidas à extenuação, havendo muitos “manuais” sobre a gente sul-rio-grandense, nos quais a ideia central é a proliferação da imagem idealizada do gaúcho, como podem ser verificados a partir dos seguintes exemplos (ACRI, 1991; MARTINS, s/data; e BEREÇA, 1988):

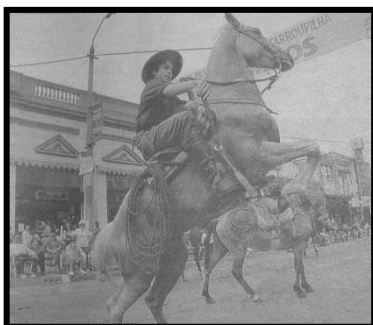




Esses registros imagéticos acerca da figura do gaúcho viriam a ser massificados pelos grandes meios de comunicação, que não poupariam esforços em torno da ação de popularizar a imagem do “gaúcho rio-grandense” e sua “típica indumentária”. O jornal *Zero Hora* foi um dos grandes articuladores na divulgação de tais representações, as quais apareceram, notadamente nas comemorações em torno do 20 de Setembro, nas mais variadas matérias estampadas no jornal, fosse de natureza editorial, noticiosa e mesmo publicitária, como pode ser percebido, apenas à guisa de exemplo, a partir dos seguintes registros iconográficos editados na virada do século XX ao XXI (ZERO HORA, 20 set. 1988; 20 set. 1989; 20 set. 1995; 20 set. 1996; 20 set. 1997; 20 set. 2001; 20 set. 2004 ; e 20 set. 2005):







Assim, através de várias de suas sessões e matérias, ao apresentar à comunidade gaúcha uma série de fundamentos que contribuía com preservação de uma visão específica a respeito do gaúcho, o jornal *Zero Hora* orientou seu norte editorial na busca por heroizar o passado e plasmar uma identidade para os sul-rio-grandenses. Ao promover tal ação, o periódico contribuiu decisivamente na edificação da figura do “típico gaúcho”. Nesse sentido, não importaram os registros históricos em relação aos tempos pretéritos como os realizados por Debret e Wendroth, ou

pela imprensa caricata, pois, ainda que chegasse a haver alguma referência brevíssima, mormente em relação aos dois primeiros, as concepções homogeneizadoras iriam assumir um caráter hegemônico.

O gauchismo institucionalizado e estereotipado

O jornal *Zero Hora* iria assim atuar no processo de homogeneização da imagem do “gaúcho tradicional” em larga escala, através de seus textos, com matérias diversificadas sobre a temática, das quais duas podem ser abordadas a título de exemplificação. Uma delas, datada do final dos anos noventa, se referia a uma proposta institucional do governo estadual de introduzir fundamentos culturais e da tradição gaúcha no currículo obrigatório do ensino básico. A matéria dava voz à autoridade pública, a uma representante da juventude e a um dos fundadores do movimento tradicionalista, todos eles vinculados à ideia de que tal implantação era não só válida, como extremamente meritória, sem espaço para o contraditório, revelando o quanto o tradicionalismo já havia se enraizado como discurso e prática hegemônica (*Zero Hora*, 20 set. 1997). Seu conteúdo era o seguinte:

Cultura gaúcha ganha espaço na escola – em 1998, as tradições e a história do Rio Grande do Sul serão incluídas no currículo obrigatório do ensino básico

A partir do próximo ano letivo, temas tão variados da cultura do Rio Grande do Sul, como a sua história – marcada por batalhas e revoluções –, os costumes, a indumentária, as lendas e o folclore dos povos que forjaram o Estado ganharão espaço nas salas de aula como parte do currículo básico das escolas estaduais. A Secretaria de Educação pretende implantar em

3.297 escolas – onde estudam cerca de 1,3 milhão de alunos – o ensino de conteúdos da cultura regional. Definida nesta semana pela secretária de Educação, Iara Wortmann, a mudança no currículo deverá esperar, no entanto, pela definição de todos os temas a serem repassados pelos professores.

A seleção ocorrerá durante jornadas pedagógicas organizadas até fevereiro pelas 30 delegacias de educação espalhadas pelo Estado – participarão desses encontros milhares de professores estaduais, historiadores e tradicionalistas ligados a universidades e ao Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG). O ensino da cultura regional é uma das exigências que constam em um documento denominado Padrão Referencial de Currículo (PRC), que será lançado no próximo dia 29 pela secretaria, com propostas dos professores para a atualização do currículo nas escolas estaduais. “O ensino da cultura gaúcha vai ajudar os jovens a resgatar nossa história, rever a sua evolução, a valorizar suas tradições e principalmente a rediscutir a sua realidade atual”, afirma Iara. (...)

Entre centenas de crianças e jovens que visitavam ontem o Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, usando bombachas, camisas e lenços vermelhos, e também com vestidos rodados de cores variadas, uma figura chamava a atenção: Débora Braga, 14 anos. Com um amplo vestido vermelho, Débora carregava orgulhosa a faixa de couro que a identifica como a segunda prenda juvenil da 1ª Região Tradicionalista. Ela é um exemplo de valorização do folclore rio-grandense. “Ensinar nossa cultura nas escolas vai despertar ainda mais o amor das pessoas às tradições gaúchas”, comemora a jovem que desde os seis anos participa de atividades tradicionalistas. Com entusiasmo, Débora diz que cumpre seu papel na divulgação dos costumes regionais, participando de oficinas sobre o chimarrão, sua origem e importância. “Já era hora de um movimento abrangente como o tradicionalismo chegar às escolas”, afirma.

O folclorista Paixão Côrtes define a adoção da cultura regional na rede escolar como uma conquista do movimento tradicionalista no Estado. “Há 43 anos, no primeiro congresso do MTG, já havia uma proposta desse tipo”, lembra.

“Concretizá-la agora representa um dos maiores avanços na evolução do tradicionalismo”. O folclorista, entretanto, faz uma ressalva: “Esse ensino deve ser aplicado através de um programa pedagógico adequado, com base na produção intelectual de estudiosos do Rio Grande”.

Um papel importante deverá ser desempenhado pelo MTG, durante a escolha dos temas nas jornadas pedagógicas. “Vamos ajudar com a participação e o conhecimento de escritores, historiadores e jovens tradicionalistas ligados ao movimento”, explica a professora Fátima Brizolla, integrante do MTG e uma das responsáveis na Secretaria de Educação pela implantação da cultura regional no currículo obrigatório das escolas do Rio Grande do Sul.

O que deve ser estudado – temas propostos pelo MTG para serem incluídos no currículo básico:

- **costumes:** a tradição do chimarrão, do churrasco e a fama da hospitalidade gaúcha; os jogos, as disputas em cancha reta e os rodeios; as cantigas de roda e as brincadeiras infantis.
- **indumentária:** os trajes do gaúcho no passado e a influência dos imigrantes; a legislação que tornou oficial a atual indumentária com a bombacha, a guaiaca, o chapéu, a bota, o lenço, o poncho e o pala.
- **lendas:** o quê são os lugares onde surgiram, os acidentes geográficos que provocam o surgimento das histórias e lendas, como a de Ymenbuí (Santa Maria) e o Negrinho do Pastoreio.
- **vocabulário:** decifra o significado de termos usados ou em lugarejos, principalmente na fronteira.
- **Semana Farroupilha:** a história da revolução ocorrida entre 1835 e 1845; os fatos, os lugares, a paz, para responder à pergunta: por que se comemora a Semana Farroupilha?
- **símbolos:** as cores e os elementos da bandeira e do brasão, a letra e a música do hino estadual.
- **música e dança:** as diferenças entre as danças tradicionais e as de salão; os passos, as variações das coreografias; as músicas mais populares, suas origens e como são dançadas.

Tal matéria era publicada exatamente no dia 20 de setembro, ápice das comemorações da Semana Farroupilha e constituía praticamente uma ode ao tradicionalismo. Já há algum tempo, o jornal *Zero Hora* se engajara no espírito comemorativo da data, dedicando-se à divulgação de ideias amplamente favoráveis ao tradicionalismo. Além da notícia só dar vez às opiniões coadunadas com o projeto, sem a opção de uma possível versão contrária, o periódico trata o tema como um fato merecedor de completa unanimidade. Nesse sentido, o órgão responsável pela educação estadual dizia que seriam ouvidas as “bases”, ou seja, o professorado. Entretanto, já se partia da premissa de que a essência da ideia estava pronta e acabada e, portanto, não poderia ser alvo de oposições ou negativas, cabendo àquele segmento apenas detalhar a planificação de execução, corroborando com o que estava a priori decidido e era considerado irreversível.

Significativo também foi o fato de que a matéria chamava atenção para a alocação de conteúdos no ensino básico referentes às tradições e à história sul-rio-grandense. Dessa maneira, ficava em aberto qual seria esta história, ou seja, aquela embasada na historiografia oficial, repetida há décadas e calcada nos “grandes personagens”, ou nas várias vertentes historiográficas revisionistas que já há significativo tempo eram produzidas no meio acadêmico-universitário. Ficava assim implícita uma associação entre história e tradicionalismo, ou seja, a história a ser ressaltada seria aquela metabolizada com o ideário tradicionalista, muito mais próxima daquela primeira vertente, embasada nos “heróis” como fatores motores da evolução humana.

Apesar da afirmação de que o detalhamento da proposta ainda viria a ser feito com a participação de professores, historiadores e tradicionalistas, havia a ressalva

de que tais profissionais, que exerceriam uma espécie de consultoria, deveriam estar harmonizados com o pensamento tradicionalista. Desse modo, fica evidente a advertência de que, para a implementação do projeto, deveria ser elaborado um programa pedagógico adequado, o qual só poderia ser exequível com base na produção intelectual de estudiosos do Rio Grande do Sul, ou seja, em outras palavras, os adeptos do tradicionalismo. Ainda que os detalhes estivessem a ser definidos, o próprio jornal já apresentava os temas propostos pelo MTG para serem incluídos no currículo básico, todos eles completamente concernentes à cartilha tradicionalista. A outra matéria faz referência às condições socioeconômicas de aquisição das vestimentas típicas estipuladas pelos regramentos do tradicionalismo (*Zero Hora*, 13 maio, 2010):

Para recuperar público, CTGs de Bagé discutem abrir mão de trajes tradicionalistas

Botas, bombachas e vestidos de prenda deixaram de ser unanimidade nos CTGs de Bagé, na Campanha, um dos principais redutos nativistas do Estado. Para lotar os salões e garantir a sobrevivência das entidades tradicionalistas, em vários locais, a indumentária completa só é exigida em festas especiais.

Na maior parte dos eventos, a admissão de frequentadores com roupas variadas ilustra o dilema vivenciado pelo tradicionalismo em várias regiões do Estado entre a fidelidade às regras e a necessidade de atrair público.

O tema chegou a ser discutido em um seminário, em Bagé, por representantes de centros nativistas locais. Ainda que a maioria dos patrões, prendas e peões acredite que o uso da pilcha representa melhor o culto às tradições, considera mais importante manter as entidades abertas. Entre as razões apontadas para o mítico gaúcho de Bagé estar deixando a pilcha

de lado estão a falta de dinheiro para comprar o traje completo e a influência do universo urbano.

Patrão por três vezes de um dos maiores CTGs de Bagé, o Campo Aberto, Sílvio Machado, hoje patrão de honra da entidade, acredita que o poder aquisitivo minguado explica a escassez de bombachas e vestidos nos bailes.

- As pessoas não andam pilchadas na rua sempre. Se compram, é só para o baile. Entre gastar dinheiro para comprar uma outra roupa, que aproveite mais, e a pilcha, que usa só no baile, ficam com a primeira opção – explica Machado.

Embora preferisse que o salão de bailes do CTG 93 estivesse repleto de prendas e peões tipicamente trajados, o patrão Mirabeau dos Santos sabe que a realidade é diferente e que é necessário se adaptar:

- É uma questão de sobrevivência. Exigimos só em bailes oficiais, que são dois por ano. Acho que o fator não é falta de dinheiro para pilcha, mas as pessoas viverem no meio urbano, onde não se costuma usar.

Mas o tema desperta reações contrárias. Patrão do CTG Presilha do Pago da Vigia, Rui Rodrigues é contrário à entrada de pessoas não pilchadas em bailes tradicionalistas.

- Somos entidades responsáveis pela manutenção da cultura como um todo. Usar a pilcha faz parte. Não há razão para liberar. Tem que ir aos bailes quem gosta das tradições gaúchas, e dançar pilchado é uma delas. Em bailes no Presilha, só entra quem estiver devidamente pilchado – determina.

O presidente do MTG, Oscar Gress, admite que em muitas áreas do Estado vem sendo necessário flexibilizar as regras para se adequar aos costumes locais – preservando a pilcha em eventos mais formais (...).

O custo da tradição

Em média, uma prenda simples gastará: vestido – R\$ 450; saia de armação – R\$ 80; sapato – R\$ 60; total – R\$ 590.

Em média, um peão simples gastará: bota – R\$ 150; lenço – R\$ 25; bombacha – R\$ 70; chapéu – R\$ 100; camisa – R\$ 50; cinto – R\$ 40; total – R\$ 435.

O traje tradicional

- Mulher – o que preveem as regras:

- cabelos – semipresos ou em tranças, ornamentados com flores naturais ou artificiais, sem brilhos e purpurinas; a maquiagem é discreta.

- vestido – inteiro e de cintura baixa, com a barra da saia no peito do pé, de mangas longas, justas aos ombros, em cores discretas; não usar preto nem em detalhes, tampouco combinações com as cores das bandeiras do Rio Grande do Sul e do Brasil; não são permitidos tecidos transparentes, lurex e similares, rendão, brilhosos ou fosforescentes.

- saia e blusa ou casaquinho – a barra da saia deve estar na altura do peito do pé; a blusa, ter mangas longas e justas nos ombros, com um pequeno decote em V, sem expor ombros e seios; o casaquinho também deve ser de mangas longas.

- saia de armação – leve, discreta e branca; os babados devem evitar excesso de armação.

- bombachinha e meia-calça – bombachinha branca, de tecido leve, com enfeites de rendas discretas; o comprimento vai abaixo do joelho; meias-calças longas, brancas ou beges.

- sapatilhas – pretas, marrons ou beges.

- Homem:

- chapéu – de feltro, pode ser com a copa alta arredondada e a aba curta, ou com a copa baixa e a aba larga, ambos com barbicacho.

- camisa – de algodão ou linho lisos, gola ampla ou de padre, mangas longas, punho ajustado com cadarços ou botões; não pode ter renda; na frente, cadarços ou botões.

- lenço – os mais comuns são vermelho, branco, verde, azul e amarelo; também há o lenço carijó, composto de uma mescla de cores; preto, apenas em caso de luto.

- guaiaca – lisa com uma ou duas fivelas, e de um a três bolsos.

- bombacha – de brim (não jeans), sarja, linho, algodão, oxford ou microfibra, na cor marrom, bege, cinza, azul-marinho, verde-escuro ou branco; o uso de enfeites depende da tradição regional.

- botas – de couro liso e modelo tradicional, nas cores preta, marrom escuro ou marrom avermelhado; é vetado o uso de botas brancas.

Essa matéria publicada já nos estertores da primeira década do novo milênio revelava que se manter à risca como um “gaúcho”, de acordo com os ditames do tradicionalismo, nem sempre era empreitada fácil, havendo, inclusive, impossibilidades financeiras de levar em frente tal intento. A discussão em torno da pilcha revelava de um lado a flexibilização dos princípios, tendo em vista novas realidades socioeconômicas e, de outro, a “ortodoxia militante”, para a qual o modelo tinha de ser seguido imutavelmente. De certo modo, tais questões envolvendo uma possível exclusão daqueles que não tivessem condições de manter-se fielmente pilchados ia de encontro às ideias iniciais dos fundadores do movimento tradicionalista. O relato de um deles indicava que, nos primeiros tempos, à medida que o movimento foi se ampliando numericamente para a “gurizada” que estudava, os rapazes de melhor posição socioeconômica, os filhos de fazendeiros ou já fazendeiros, foram se afastando, restando um movimento de “pés-rapados”, pois os jovens mais ricos não queriam se misturar com o “povão” (citado por OLIVEN, 1992, p. 78). Ainda que o jornal mostrasse os dois lados da questão, acabava por cristalizar o regramento tradicionalista quanto à indumentária, como uma meta a ser atingida pelos que quisessem fazer parte ativa do movimento.

Tal exemplo demonstra claramente que a pilcha transformara-se em verdadeiro “uniforme” do sul-riograndense, de acordo com o princípio básico de homogeneizar a sociedade, ou seja, “uniformizá-la”. A “pilcha gaúcha”, inclusive, viria a ser oficializada como traje de honra e de uso preferencial no Rio Grande do Sul, desde

que utilizada com autenticidade, reproduzindo com elegância, a “sobriedade da indumentária histórica rio-grandense” e, acima de tudo, estando em conformidade com os ditames e as diretrizes traçadas pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho. Em linhas gerais, o projeto de igualizar todos os rio-grandenses-do-sul na figura do gaúcho pilchado ganhara foros de lei, disseminara-se no discurso do senso comum e, com o apoio da mídia, transformar-se-ia em regramento inquestionável.

O gaúcho como peça publicitária

A propaganda designa as técnicas e os métodos de influenciar ou controlar as atitudes, opiniões e comportamento de pessoas através do emprego de palavras e outros símbolos, bem como as declarações ou impressões advindas do uso de tais técnicas e métodos e por vezes também de feitos e de ações que, por meio da publicidade, são fundamentalmente propagandísticas em função ou objetivo. Ela pode ser ainda encarada como qualquer tentativa mediante manipulação de palavras ou substitutos de palavras para controlar as atitudes e conseqüentemente o comportamento de certo número de pessoas. O conceito de propaganda como técnica é relativamente recente e amplia o sentido do termo com a inclusão de significados anteriormente mais restritos. Segundo algumas concepções, o termo foi originariamente aplicado a uma organização, mais tarde, a uma doutrina e, mais atualmente, é usado para os métodos empregados na difusão. Contemporaneamente, em relação ao que está sendo difundido, há muitas considerações de que a ideia de propaganda abrange não só palavras ou substitutos de palavras, como figuras e outros símbolos, mas também ações e fatos designados consciente

ou inconscientemente para influenciar atitudes e comportamentos (ROBERTS, 1987, p. 1000-1001).

Os progressivos avanços tecnológicos dos meios de comunicação de massa foram acompanhados por significativo incremento na produção da propaganda em larga escala, levando a uma certa institucionalização da mesma (WILKE, 1998, p. 10). A imprensa escrita constituiu um veículo de difusão da propaganda por excelência. No Brasil, a imprensa praticamente já tem sua gênese vinculada à propaganda e, paulatinamente, como o passar dos anos, das décadas e dos séculos, os clichês, notas e pequenos anúncios vão se transformando em produções bem elaboradas, culminando com as grandes campanhas publicitárias que ganhariam força nas décadas finais do século XX e predominariam na caminhada ao milênio seguinte.

Ao utilizar-se da mídia imprensa, a propaganda desenvolveria uma série de práticas, estratégias e mecanismos discursivos com uma meta sempre bem definida, o convencimento do público quanto à compra de um determinado produto. Nesse sentido, toda propaganda é persuasão e a criatividade surge na mesma como um ingrediente poderoso para garantir economia e poder de persuasão, redobrando o capital investido, ou seja, ela age como uma solução revolucionária para triplicar a eficiência dos investimentos publicitários. Além da criatividade, ao processo publicitário é concernente um quadro complexo de construção, envolvendo variados elementos constitutivos como pesquisa técnica e de mercado, disponibilidades financeiras e operacionais. Na busca por persuadir, a propaganda, na maioria das vezes, visa a um comportamento imediato, o da compra, consistindo-se na manipulação das pessoas, no domínio sobre elas, em massa,

através dos veículos de comunicação (BARRETO, 2004. p. 107, 108, 113 e 119).

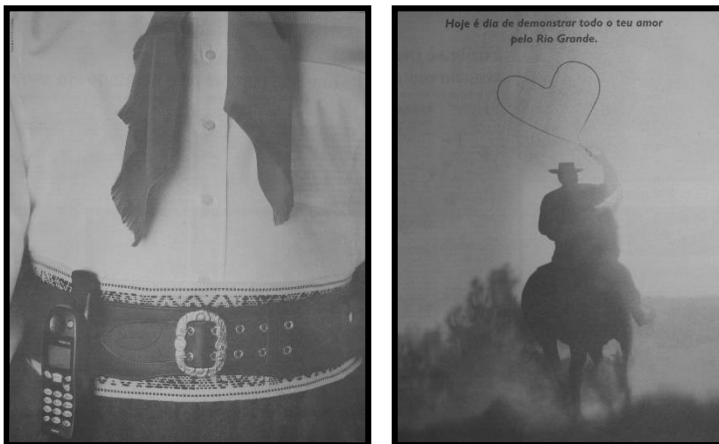
Embora nem todas as mensagens publicitárias surtam o efeito desejado, a onipresença da publicidade comercial na sociedade de consumo cria um ambiente cultural próprio, um novo sistema de valores, co-gerador do “espírito do tempo”. Acima de tudo, publicidade é discurso, linguagem, e, portanto, manipula símbolos para fazer a mediação entre objetos e pessoas, utilizando-se mais da linguagem do mercado que a dos objetos. Progressivamente, a propaganda deixou de preocupar-se apenas com a informação direta, passando a adotar uma lógica e uma linguagem próprias, nas quais a sedução e a persuasão substituem a objetividade informativa (CARVALHO, 2002, p. 11-12). A função precípua da linguagem da propaganda é a de, através da criatividade, estabelecer recursos expressivos que chamem a atenção do leitor, ou seja, que o façam parar e ler a mensagem que lhe é dirigida. Como os indivíduos das sociedades contemporâneas vivem em um universo saturado de estímulos, a linguagem propagandística enfrenta o maior dos desafios, quer seja, prender, como primeira tarefa, a atenção do destinatário. Além dos recursos de linguagem, a imagem passa a ser um elemento fundamental para que a propaganda atinja suas metas (SANDMANN, 1993, p. 12-13).

Nas últimas décadas, *Zero Hora* representou muito a contento o órgão veiculador dessa utilização da linguagem publicitária. Nas edições referentes ao 20 de Setembro, progressivamente, a propaganda viria também a orientar-se em direção à data alusiva, com amplo destaque à figura idealizada do gaúcho. Em um contexto no qual o próprio gauchismo passava a constituir um produto de compra e venda, nada mais lógico – ao menos na lógica da publicidade – que promover a utilização desse estereótipo para

convencer e persuadir os leitores/consumidores no intento de incentivá-los, encorajá-los, impulsioná-los, doutriná-los, adestrá-los e/ou levá-los à compulsão de realizar o ato final tão almejado – a compra. Nesse quadro, texto e imagem publicitários passavam a mostrar o antigo e o novo, o tradicional e o moderno, muito próximos entre si, aproveitando-se das criações identitárias em torno do gauchismo para oferecer uma variada gama de produtos ao público leitor.

Dentre centenas de produtos que foram propagandeados utilizando-se tal meio, um daqueles de maior destaque foi o ligado à telefonia móvel, que serve como exemplo desse processo publicitário como um todo. Progressivamente, o telefone celular se tornaria um dos carros chaves dos padrões consumistas, popularizando-se o seu uso e incentivando-se o usuário a uma constante renovação por modelos mais completos e sofisticados tecnologicamente. As propagandas envolvendo telefonia, levando em conta o gauchismo no 20 de Setembro, teriam fortíssimo incremento nas páginas de *Zero Hora* a partir do final da década de noventa. Uma delas investia no apelo visual, mostrando um gaúcho pilchado, mas aparecendo apenas parte do corpo e da indumentária, na qual se destacavam o lenço e o cinco, só que neste, ao invés da tradicional faca, o que se via era um vistoso celular. A mensagem textual complementava a ideia da associação entre o tradicional e o moderno, afirmando-se: “20 de Setembro. Revolução Farroupilha. Nossa homenagem a todos os gaúchos que evoluem sem perder suas tradições” (*Zero Hora*, 20 set. 1999). Outra matéria publicitária mostrava a silhueta de um gaúcho cavalgando e lançando seu laço, formando-se o desenho de um coração no ar, designando os propalados sentimentos da empresa para com a população e quicá desta para com a data que se comemorava e que

recebia a homenagem da firma que expressava sua mensagem: “Hoje é dia de demonstrar todo o seu amor pelo Rio Grande” (*Zero Hora*, 20 set. 2000).



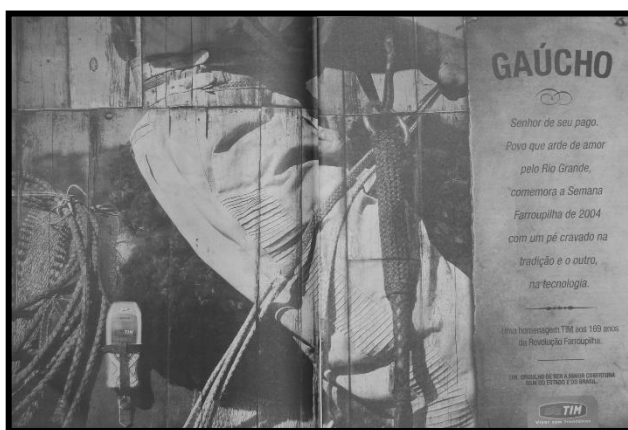
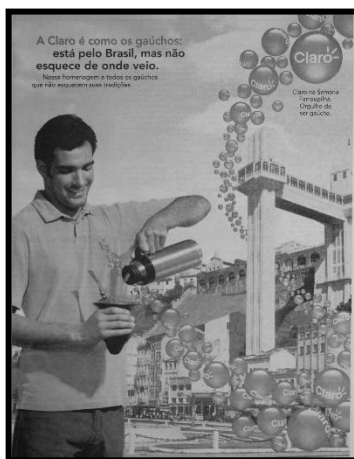
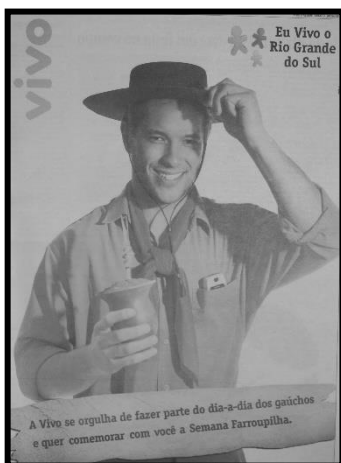
O papagaio, com seu “dom de falar” foi símbolo de uma das companhias de telefonia celular, também aparecendo inter-relacionado à imagem do gaúcho e, como não poderia deixar de ser, era simbolicamente representando com a indumentária tradicional e trazendo o pavilhão rio-grandense. Era considerado como o “celular de estimação de todos os gaúchos” e, por texto, trazia uns versinhos muito simples e pobres: “Neste 20 de setembro/ O seu Claro companheiro,/ Presta baita homenagem/ Ao Rio Grande tão guerreiro./ Bravo povo gaúcho,/ De respeito e tradição/ Receba o forte abraço/ Do celular de estimação (*Zero Hora*, 20 set. 2001). Estratégia praticamente idêntica foi usada pela firma telefônica no ano seguinte, mantendo a figura incólume e mudando apenas o texto dos versos, embora fosse mantida a pobreza de estilo: “Neste 20 de Setembro/ data cheia de glória/ eu vou contar em verso/

um bonita história.// Quando veio para o estado/ Claro encontrou seu lar/ o gaúcho fez a escolha: este é o meu celular.// Por isso esta homenagem/ neste dia especial/ de quem tem alma gaúcha:/ o seu Claro Digital". (*Zero Hora*, 20 set. 2002).

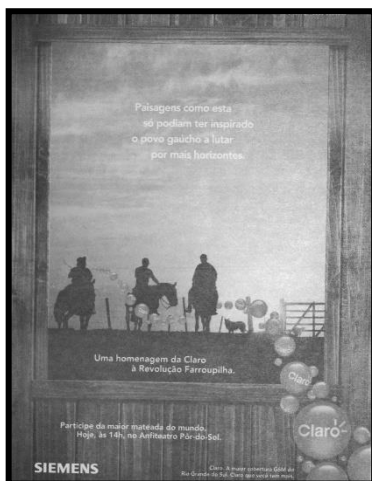


Um jovem gaúcho em trajes típicos, cuia de mate à mão, saúda os leitores e, no bolso da camisa, discretamente, estava o indefectível celular e o slogan era “Eu vivo o Rio Grande do Sul”, acrescido da mensagem: “A Vivo se orgulha de fazer parte do dia a dia dos gaúchos e quer comemorar com você a Revolução Farroupilha” (*Zero Hora*, 20 set. 2003). A interface do Rio Grande do Sul com o restante do país também foi apresentada em outra matéria publicitária envolvendo celulares, nela um jovem supostamente gaúcho, mesmo não estando em terras sulinas, não abandonava seus hábitos e apreciava o chimarrão. O texto afirmava: “A Claro é como os gaúchos: está pelo Brasil, mas não esquece de onde veio. Nossa homenagem a todos os gaúchos que não esquecem suas tradições. Claro na Semana Farroupilha, orgulho de ser gaúcha”. Outra peça publicitária mostrava a

fotografia de um gaúcho pilchado, mostrando parte de seu corpo, estando a cavalgar em seu “pingo” com os arreios completos e, no meio deles, lá estava, mais uma vez, o aparelho celular. Servia de mensagem: “Gaúcho, senhor do seu pago. Povo que arde de amor pelo Rio Grande, comemora a Semana Farroupilha (...) com um pé cravado na tradição e o outro na tecnologia (*Zero Hora*, 20 set. 2004).

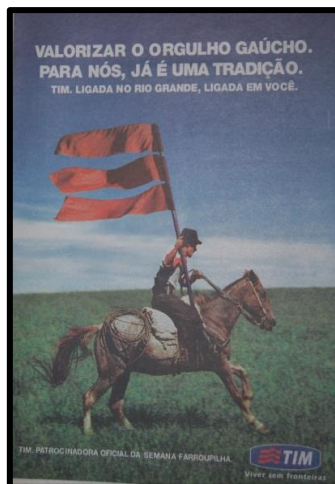
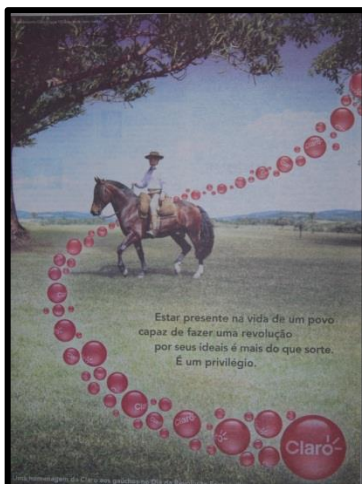


As propagandas de celulares insistiam na figura do gaúcho cavaleiro nas homenagens do 20 de Setembro. Uma delas dava a perspectiva de uma janela de na qual se via, ao por do sol, a silhueta de três gaúchos montados, com o texto: “Paisagens como esta só podiam ter inspirado o povo gaúcho a lutar por mais horizontes. Uma homenagem da Claro à Revolução Farroupilha”. Outra silhueta da figura de um gaúcho solitário de poncho e em seu pingô era acompanhada de versos: “Tem gaúcho do interior,/ gaúcho no exterior/ gaúcho pilchado,/ gaúcho disfarçado,/ gaúcho provinciano/ e gaúcho urbano// Mas para conhecer/ um gaúcho/ em qualquer lugar/ é só prestar atenção/ no seu jeito de falar. Neste 20 de Setembro, a homenagem da Vivo, que leva aquele jeito especial de falar dos gaúchos a todos os cantos do Brasil”. Ainda a cavalgada de dois gaúchos sobre um curso de água era apresentada com um texto exíguo e direto: “Tradição que se vive, tradição sem fronteiras. Homenagem TIM e Siemens ao 20 de Setembro” (*Zero Hora*, 20 set. 2005).





Um gaúcho em sua montaria, cavalgando pelo campo era o cenário de outra matéria publicitária de telefonia móvel, acompanhado da mensagem: “Estar presente na vida de um povo capaz de fazer uma revolução por seus ideais é mais do que sorte. É um privilégio” (*Zero Hora*, 20 set. 2006). Mais tarde, outro gaúcho galopa com seu pingo, ostentando uma bandeira, a qual, entretanto, ao invés das cores da bandeira sul-rio-grandense, apresentava três faixas em alusão à logomarca da empresa de telefonia. A imagem era acompanhada pelo texto: “Valorizar o orgulho gaúcho. Para nós já é uma tradição. TIM, ligada no Rio Grande, ligada em você” (*Zero Hora*, 20 set. 2008). Em outra propaganda, o registro iconográfico do gaúcho era bem mais sutil, aparecendo uma pequena silhueta, em meio às ofertas de celulares (*Zero Hora*, 20 set. 2009).



A imagem do gaúcho e da Revolução Farroupilha associadas à venda de celulares continuou recorrente nos anos seguintes, como foi o caso da gravura de um rapaz que, portando seu telefone à mão, atravessava uma porta e vislumbrava não só uma tropa de cavaleiros, mas a representação do que se poderia considerar como o “gaúcho farroupilha” propriamente dito. Já outra peça publicitária trazia um gaúcho pilchado, sorvendo seu mate. O detalhe é

a marca da empresa de telefonia na cuia, acompanhada da mensagem: “20 de Setembro. Dia de falar pra todo mundo como é bom ser gaúcho” (Zero Hora, 20 set. 2014).



Tais exemplos constituem apenas uma amostragem do conjunto de matérias publicitárias que lançaram mão da iconografia do gaúcho. A batalha dos celulares refletiu a plena e pragmática utilização da data alusiva associada ao gauchismo para promover a venda de seus produtos. O condicionamento dos padrões de consumo a partir das campanhas publicitárias revelava que marcas multinacionais se direcionavam a integrar a data comemorativa e seu símbolo, o gaúcho, como estratégia para buscar demonstrar uma proximidade entre a empresa e seu público usuário. A homogeneização comportamental intentava apresentar a ideia de que o gaúcho, como qualquer cidadão do mundo, mas valorizadas suas especificidades regionais, deveria ter, simbolicamente, incorporado à sua

indumentária – em outras palavras no seu dia a dia – o telefone celular de uma ou outra marca. Esse quadro amostral possibilita uma melhor compreensão do pragmatismo e oportunismo da prática publicitária na apropriação de questões consideradas tradicionais e comuns aos sul-rio-grandenses. A publicidade visa provocar interesse, informar, convencer e, finalmente, transformar essa convicção no ato de comprar (CARVALHO, 2002, p. 14), de modo que o 20 de Setembro serviu amplamente como circunstância e o gaúcho, como “garoto propaganda” para propiciar o desejo consumista. Nessa linha, o fator homogeneizador do gauchismo serviria em larga escala para contemplar alguns pressupostos básicos do mercado.

#####

O debate em torno de tal tema é profícuo em possibilidades, ainda mais porque a figura do gaúcho pilchado, principalmente em determinadas épocas do ano, ganhou ares de normalidade e até, em alguns casos, de aspiração em vista de galgar espaços para atingir certo *status*. A questão chave está em discutir a percepção e o entendimento do sentido do gauchismo, ou seja, a busca por uma melhor compreensão de parte dos sul-rio-grandenses, de sua história e da própria história do tradicionalismo, de modo a entender as motivações que levaram a determinados hábitos, costumes, usos e indumentárias, visando em síntese à elaboração de argumentos que inspirem explicações e reflexões.

O movimento tradicionalista, desde suas origens, vem idealizando a figura do gaúcho rio-grandense, primeiramente, como uma manifestação contrária à ampla penetração cultural estrangeira, e no sentido de criar uma

identidade para os habitantes nascidos no Rio Grande do Sul, em nítida valorização da diversidade regional. Ele teve extraordinário êxito, criando mecanismos comportamentais seguidos por muitos, e que foram inexoravelmente incorporados pelos meios de comunicação de massa, ultrapassando as fronteiras rio-grandenses-do-sul e até as brasileiras, havendo manifestações tradicionalistas espalhadas pelo país e pelo mundo. A questão básica é que, ao mesmo tempo em que buscou valorizar a diversidade regional, o gauchismo acabaria por também criar uma identidade homogeneizadora, na qual o espaço da própria diversidade foi suprimido ou menoscado.

Sem levar em conta as premissas dogmáticas e maniqueístas que muitas vezes dominaram o debate, em uma perspectiva reducionista dos favoráveis e dos contrários ao tradicionalismo, o melhor caminho parece ser a reflexão científica. A relevância do movimento tradicionalista gaúcho como um projeto que atingiu plenamente seus intentos é um fato incontestável, o que não impede que ele seja cientificamente analisado e interpretado. Em essência, no âmbito deste brevíssimo ensaio, fica a questão da forma pela qual um movimento nascido da necessidade de valorização da diversidade regional, acabaria por servir a uma causa uniformizadora e homogeneizadora, pela qual as diversidades de toda a ordem tenderam a ficar cada vez mais diluídas no igualizar unificador do gauchismo (texto ampliado a partir de: ALVES, 2008 e ALVES, 2015, p. 89-114).

A imagem do *gaucho* platino em três desenhos animados

Francisco das Neves Alves

O *gaucho*, o pampa, o cavalo e o gado se tornariam verdadeiros arquétipos que caracterizariam a formação histórica argentina. Região marcada por confrontos que perpassaram o período colonial e ultrapassaram a época da formação dos Estados nacionais, o Prata assistiu guerras recorrentes, primeiramente entre portugueses e espanhóis e, depois, envolvendo brasileiros, orientais e argentinos. Tal ambiente constituiria o cenário para que se plasmasse a figura do *gaucho*, interagindo como o “aventureiro”, na caça do gado, no contrabando e nas guerrilhas e contribuindo para converter toda uma extensão territorial em uma imensa fronteira. Uma fronteira política, social e espiritual, bem como uma fronteira de nações, de interesses encontrados, de onde as paixões humanas, a moral e os costumes se desbordam e se detém (ASSUNÇÃO, 1969, p. 49).

Nessa linha, o *gaucho* foi, com os potros, os touros e as avestruzes, o habitador dos campos ilimitados, sem mais fruto que o espontâneo desses gados inumeráveis, nem mais vivenda humana que o rancho que habitava isolado no deserto (SCARONE, 1922, p. 16-17). As habilidades de um *gaucho* tinham de ser praticadas montando, domando cavalos chucros, trabalhando o gado, e defendendo-se. Ele deveria ser capaz de montar qualquer cavalo. Um *gaucho* precisava ter condições de não se perder no pampa, de conseguir alimento, de construir abrigo. Sua habilidade de montar era fundamental, pois ninguém poderia ser um

gaúcho notável se não fosse hábil cavaleiro, de modo que *gaúcho* e cavalo formavam um todo. Além disso, o *gaúcho* era grandemente independente (NICHOLS, 1946, p. 39 e 41).

Formou-se então um estereótipo em torno do *gaúcho* e o cinema teve interesse em difundir tal imagem, produzindo-se nas décadas de 1920, 30 e 40 vários filmes nos quais o protagonismo era exercido exatamente por aquela figura. O intento era mostrar o lado pitoresco do *gaúcho* para além das fronteiras platinas. Dentre essas produções cinematográficas, também foram realizados desenhos animados que mostraram o *gaúcho* por um prisma normalmente marcado pelo lúdico, mas também pelo jocoso.

Nessa época, os filmes que começavam a sair da indústria de Hollywood eram padronizados em torno de uma estrutura narrativa que desenvolvia um gênero, ou seja, o filme de perseguição. Dessa maneira, o cinema pretendia contar histórias com sentido já incluído, para que a compreensão do espectador não exigisse um conhecimento nem referências prévias (VIVEIROS, 2005, p. 24) e tais características marcaram também os desenhos animados. Esse era um período de avanço desse tipo de produção, com as histórias em imagem protagonizada por animais com comportamento humano, ganhando terreno e popularizando-se (SADOUL, 1959, p. 336-337). De acordo com tal perspectiva, não é de todo errado afirmar que os desenhos animados americanos pertenciam à zoofilia gráfica (DUCA, 1949, p. 124).

Em tal contexto, o Gato Félix tornou-se o protótipo a ser seguido, com a criação de outros animais-protagonistas. Entre eles esteve o Mickey Mouse de Walt Disney. Uma característica marcante desse personagem foi a de poder empregar, pouco depois do seu nascimento, a música e os ruídos. Disney teve a compreensão de que podia nascer um novo cômico da aliança do som e do desenho. Mickey

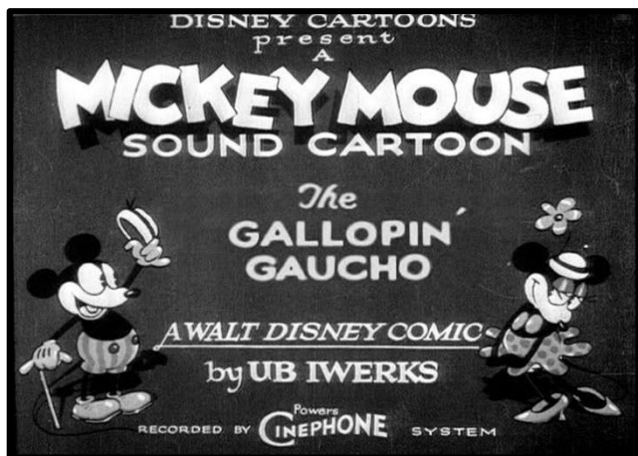
Mouse, desde o início da sua carreira, foi engenhoso, otimista, cômico, malicioso, desastrado, mas cheio de boa vontade, e até de coragem. O cômico do personagem era, na maior parte das vezes, baseado em gags musicais, e Disney esforçava-se por criar, com ou sem êxito, novos heróis, que constituíam caricaturas de animais (SADOUL, 1959, p. 336-337).

Com Disney e seus desenhos esquemáticos, mesmo simbólicos, o desenho conservava o seu espírito de síntese e o seu calor misterioso. Entre outros, ele chegou a uma espécie de grafismo convencional, o qual exprimia o riso por meio de comissuras dos lábios viradas para cima, a ironia pela assimetria delas, a dor com elas viradas para baixo. Constituíam *ideogramas*, e o cinema acrescentava-lhe o movimento, a música e a cor (DUCA, 1949, p. 120 e 125). Assim, Disney tornou-se a figura máxima do desenho animado. Com uma inspiração e uma graça característica, impôs a sua fórmula de figuras estereotipadas. Ele dominou, desde então, esse gênero de cinema, no qual outros nomes, por vezes mais dotados e inspirados, não conseguiram continuidade nem êxito (DUARTE, 1956, p. 96).

A estreia de Disney deu-se em setembro de 1928, quando ocorreria a primeira aparição de Mickey Mouse. Seus personagens ganharam rapidamente popularidade e ele influenciou, sem dúvida, todos os seus contemporâneos (DUARTE, 1956, p. 96). Com uma personalidade eminentemente perspicaz, constante e coerente, Walt Disney viu primeiro do que ninguém que os desenhos animados iam aquém da missão que representavam, pois se consolidavam pelo acerto do desenho, colorido e música, dando já lugar mais à fantasia do que propriamente à imaginação criadora (NEGREIROS, 1938, p. 4).

Foi na conjuntura dos desenhos de estreia de Disney que ocorreu a produção de *The gallopin gaucho*, o segundo

curta-metragem de Walt Disney, produzido em 1928, constituindo-se em verdadeira transição da versão muda para a sonora. Tratava-se de uma paródia do filme *The gaúcho*, produzido por Douglas Fairbanks no ano anterior.

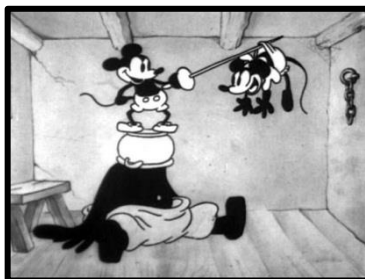
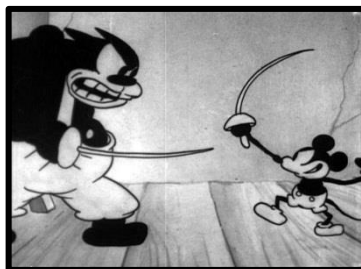
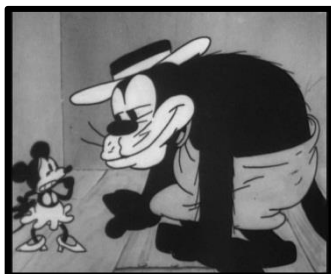
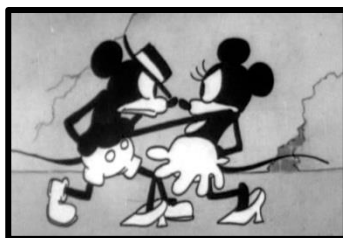
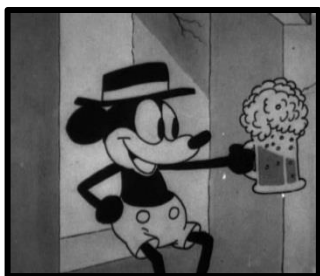
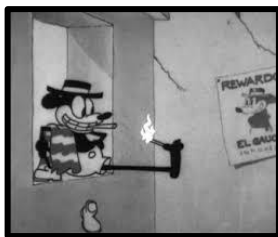


O cenário do desenho parecia muito mais um deserto mexicano do que o pampa platino. O teor chistoso já iniciava na figura do Mickey *gaucho*, que apresentava sua veste tradicional, apenas acrescida de um chapéu, mas ao invés do tradicional cavalo, sua montaria era uma avestruz. Ele chegava a seu destino – um certo “Cantino Argentino”, atropelando um equino – o que correspondia à ruptura plena e jocosa em relação ao estereótipo tradicional – e amarrando sua montaria pelo próprio pescoço. O protagonista revelava certos dotes acrobáticos e entrava na “cantina” pela janela, continuando a demarcar suas habilidades, fosse para acender um cigarro ou beber uma cerveja – caracterizando a perspectiva de que, à época, o desenho não era destinado às crianças. À parede do estabelecimento aparecia um cartaz de procurado, com o

retrato do ratinho, conhecido como “El *gaucho*”. Uma sensualizada Minnie sugeriu uma dança, e eles passavam a bailar um tango – demarcando-se o estereótipo, pois essa era uma dança típica do ambiente urbano buenairense e não do *gaucho* pampiano.

Em meio a uma dança quase frenética, surgia a figura do vilão, Black Pete, um enorme gato que passava a cobiçar Minnie, raptando-a. Desencadeia-se então a correria da perseguição, ficando a perspectiva humorística centrada nas tentativas de Mickey em fazer com que sua avestruz superasse uma embriaguez e conseguisse alcançar o raptor, que fugia em uma mula – o cavalo continuava ausente. Buscando atender aos pedidos de socorro de Minnie, o protagonista utilizava seu próprio rabo como laço para adentrar ao prédio onde ela se encontrava, vindo a ocorrer um duelo de espadas entre o vilão e o herói, o qual utilizava todas as suas habilidades para vencer e envergonhar o antagonista – o golpe final não era com o sabre, mas sim com um penico. Superado o adversário, o casal de camundongos retornava em sua avestruz galopante. Para superar os solavancos da viagem, mais uma vez lançavam mão de uma esperteza, transformando seus rabos em molas, que amenizavam o impacto. Era a cena final com o beijo selado entre o protagonista e sua parceira.



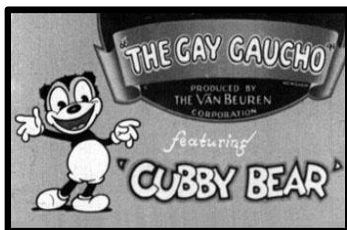


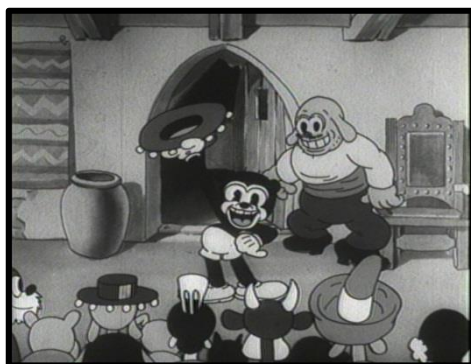
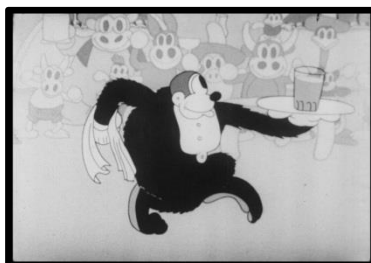
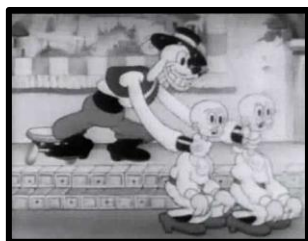
Outro desenho animado que tratou do tema foi *The gay gaucho*, produzido em 1933. A distribuidora era a Official Films, Incorporated, a qual comprara os desenhos da Van Beuren Studios, modificando o nome do personagem central de Cubby Bear para Brownie Bear. Seguiu a linha da “zoofilia gráfica” e dos “animais protagonistas”, assim como os demais participantes. Ia ao encontro da perspectiva de algumas produtoras que investiam na elaboração de pequenos filmes de animação para que fossem projetados antes dos grandes filmes (MARQUES, NEVES & LEMOS, 1992, p. 15).

A abertura do desenho trazia uma serenata de *gauchos*. O ambiente era outra vez mais próximo do desértico do que de outra paisagem. Os *gauchos* até apresentavam uma indumentária aproximada da típica, com uma ou outra restrição, como no caso dos instrumentos musicais, pois os violões eram acompanhados por uma maraca. A música parecia inebriante, envolvendo até uma cascavel, tendo a cena também a participação de uma minhoca – estas aparecendo de maneira zoomórfica e não metamorfoseadas de humanos, como os demais personagens. O ambiente permanecia musical no momento em que a cena se deslocava para o interior de uma carroça, na qual Bear, dançando, se preparava para ir a um encontro. Lá fora o cavalo do protagonista também se enfeitava, partindo ambos em meio a dunas e cactos.

O local da chegada era um ambiente festivo que, pelos trajes, usos, músicas e instrumentos, lembravam muito mais uma atividade de natureza hispano-mexicana. A namorada de Bear dançava e tocava castanholas diante de um público formado por animais das mais variadas espécies. O ambiente ainda era predominantemente musical, e várias peças completavam o quadro jocoso, como o uso das cabeças

de duas figuras carecas como chocalhos e do chapéu em estilo mexicano de um pequeno burrico, como espremedor de frutas. Todos acompanhavam a música, até o garçom que servia uma bebida a uma girafa. Bear chegava ao baile, saudando a todos – “olá amigos” e usando seu chapéu como um pandeiro, para depois, já no palco, engalfinhar-se em um indefectível tango – que não poderia faltar, embora um tanto estilizado. Do nada, surgiam os malfeitores, trajados como os típicos bandoleiros mexicanos, estereotipados no cinema, com seus grandes chapéus e cintos com balas cruzados por sobre o corpo. Eles já apareciam atirando e o líder passava a assediar a namorada de Bear, que tentava reagir lançando espinhos de cacto que atingiam o bandido. O casal saía em fuga e iniciava-se a perseguição de parte dos bandoleiros, que não poupavam balas. A escapada da moça em uma carruagem era por demais desastrada, e Bear partia em seu cavalo para salvá-la de cair em um penhasco, lançando mão de um laço para fazê-lo. O plano não dava certo e o protagonista se via à beira do precipício, frente a frente com os bandidos, prontos a cravejá-lo de balas. A cena de desfecho mostrava Bear na cama, apenas imaginando os acontecimentos. Toda a trama não passara de um sonho do alegre *gaucho*.





Já nos anos 1940, outro desenho animado traria a figura do *gaucho*. Tratava-se de “Hello friends” (“Saludos amigos” / “Olá amigos”), que constituía uma série de quadros inspirados por uma viagem à América Latina (DUARTE, 1956, p. 99). Foi produzido em 1942, em uma época bem diferenciada das anteriores, marcada pela política externa norte-americana de aproximação com os latino-americanos. Os Estados Unidos chegaram a elaborar um complexo aparelho no sentido de aprimorar os contatos com os vizinhos e, no campo cultural, houve um trabalho árduo no sentido de trazer o estilo de vida estadunidense para além das fronteiras do Rio Grande.

Nessa missão cultural norte-americana, Walt Disney teve um papel essencial, descolocando-se junto com um significativo staff para preparar seus desenhos *in loco*. Nessa linha, ele se tornaria um verdadeiro embaixador cultural da política de boa vizinhança levada a frente pelos Estados Unidos. Enquanto esteve na América Latina, Disney intentou se mostrar muito à vontade com as realidades vivenciadas, buscando revelar até mesmo uma ativa participação e até uma certa interação com o cotidiano, como se estivesse a misturar negócios com turismo. Ao lado das aparições formais, Disney se deixou fotografar em situações bem mais comezinhas (ALVES, 2013, p. 92-93).

Dessa maneira, Disney esteve na Argentina, onde se mostrou muito à vontade, almoçando ao ar livre junto de membros de sua equipe e de locais, tocando violão, dançando, sorvendo o mate e saboreando o churrasco. Além disso, posou várias vezes para registros fotográficos, ostentando o traje típico do *gaucho*, inclusive manejando o laço.



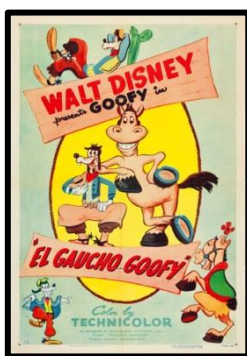




Tal interação com a América Latina seria metabolizada pela equipe de Disney, resultando no desenho animado em questão. Ele é dividido em quatro episódios, um dedicado à região do Lago Titicaca, outro ao Chile, ainda outro ao Brasil e também um aos pampas argentinos. O roteiro do filme consistia em um avião que partia dos Estados Unidos carregado de desenhistas, músicos e fotógrafos, com a missão de procurar novos personagens para o “Mundo Disney” e, de preferência, encontrarem companheiros latinos para os americanos Mickey e Donald (TOTA, 2000, p. 72 e 135-136). Os créditos de abertura explicitavam a distribuição da Buena Vista Film Distribution Co. Inc. e a apresentação de Walt Disney, aparecendo o título sobre um mapa da América Latina e sendo anunciados os nomes de cada um dos segmentos do filme: “Lake Titicaca”, “Pedro”, “El Gaucho Goofy” e “Aquarela do Brasil” (ALVES, 2013, p. 94).

Ainda na abertura do desenho aparecia uma mensagem assinada por Disney agradecendo aos colaboradores: “com sincero apreço pela cortesia e

cooperação demonstradas pelos artistas, músicos e os nossos muitos amigos na América Latina”. O texto estava plenamente a contento com a canção que tocava ao fundo: “Saudamos a todos da América do Sul, da terra onde o céu sempre é bem azul. Saudamos a todos, amigos de coração, que lá deixamos, de quem lembramos ao cantar esta canção”. Mantinha-se assim em alta o espírito da boa vizinhança. A partir daí, começava a expedição ao estrangeiro da equipe do estúdio de desenhos animados (ALVES, 2013, p. 95). O segmento do desenho voltado ao *gaucho* platino chamava-se “El Gaucho Goofy” e contava com Goofy, o Pateta, como protagonista.



Ao início de “El Gaucho Goofy” surgia um mapa identificado com a Argentina, contendo uma cena rural, demarcada pela placa “Pampas”, e, ao fundo, apareciam os edifícios, representando a capital Buenos Aires. Em seguida o desenho dava lugar a reproduções filmadas, contendo paisagens buenaienses, com o narrador identificando-as, para, em seguida, afirmar que todos queriam conhecer os pampas e “a figura romântica do *gaucho*”. O cenário mudava para filmagens em estúdio, mostrando Disney e sua equipe apreciando gravuras do ilustrador e pintor argentino Molina

Campos. Inspirando-se nos desenhos, a equipe se via na premência de ver “o *gaucho* em ação”, deslocando-se mais uma vez a cena para as lides campeiras, apresentando destaques dos hábitos, da indumentária, do churrasco, das músicas e das danças, explicando-se que os bailarinos não dançavam o “tango moderno”, como faziam em Buenos Aires, e sim os “bailes típicos e tradicionais, ao som de velhas melodias”. Já no quesito dança, havia uma tentativa de aproximação entre as pampianas e as práticas no “Velho Oeste” norte-americano.



Nessa linha, o narrador detalhava que “colher material e inspiração” naquele ambiente teria sido um “verdadeiro prazer”. Dava-se então a comparação do *gaucho* com o cowboy estadunidense, pois ambos teriam “muita coisa em comum”, gerando a ideia de buscar o

“nosso herói no coração do Texas”. Era a deixa para a aparição do Pateta.

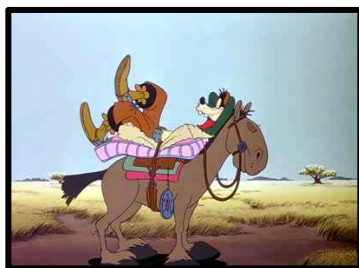
O desenho mais uma vez utilizava o mapa como recurso gráfico para, em meio às terras texanas, encontrar o “vaqueiro norte-americano”, o Pateta, com trajes típicos, em seu cavalo, à beira de uma montanha. Mais uma vez o narrador insistia na perspectiva de que o cowboy do Velho Oeste se assemelhava muito ao *gaucho* argentino, enquanto Pateta voava “por terras e mapas”, atravessando o mapa do sul dos Estados Unidos até os “pampas verdejantes da Argentina, a terra do *gaucho*”. Logo em seguida, Pateta era despido de suas vestes tradicionais e vestido com as do *gaucho*. De modo explicativo, cada parte da indumentária era identificada, inclusive com a indicação do nome por escrito. Logo em seguida era apresentado “o amigo mais chegado do *gaucho*”, com Pateta recebendo admiração e até mesmo um beijo de seu cavalo.

O próximo passo seria o de mostrar as habilidades do *gaucho*, de modo que um Pateta, não tão desenvolvido, trabalhava com o laço para dominar o equino. A seguir vinha a ação de encilhar o cavalo, com a apresentação mais uma vez nominal de cada um dos utensílios. O tom humorado predominava outra vez, sendo anexado um colchão ao conjunto de selins. A apresentação didática prosseguia no destaque a “um dos pratos prediletos do *gaucho*”, com referência à forma de preparo e às qualidades do churrasco. Nesse sentido, “a técnica de comer o churrasco” era descrita em detalhes, incluindo novamente a identificação dos componentes por meio de letreiros. Para variar, Pateta também se atrapalhava na degustação.

Na cena seguinte, Pateta aparecia tranquilamente sorvendo o mate ao lado de sua montaria e iniciava-se a demonstração do uso das boleadeiras, que seriam utilizadas no “esporte da caça da avestruz”. Disney parecia não ter esquecido o interesse que lhe despertara tal animal, a ponto de colocá-lo de modo pilhérico como a montaria de Mickey

no desenho de 1928. Em “Saludos amigos”, a avestruz era caçada, surgindo assim a oportunidade para a infalível cena de perseguição. Mas o emprego das boleadeiras também acabava por incorrer em outro insucesso de Pateta. O cenário mudava para mostrar um “*gaucho* solitário” que, afastado do lar, tocava em seu violão uma “balada romântica e melancólica”, oriunda na verdade de um gramofone, para manter o teor humorado. Em seguida aparecia o Pateta *gaucho* dançarino, mas, na falta de companhia, o cavalo se travestia em trajes femininos e transformava-se no seu par. Era mantido o enfoque didático na caracterização das diferentes danças. Mas chegava o final do desenho, e o “nosso herói” era retirado dos pampas e levado de volta “à sua terra natal”, deixando, com “o ardor da saudade e as memórias da sua visita” a terra “romântica, alegre e simpática do *gaucho*”. Pateta era deslocado como um bólido por sobre o mapa e despia-se com a expressão: “Hasta la vista, adiós amigos”.







Esses três desenhos animados constituem uma brevíssima amostragem da cinematografia que abordou a imagem do *gaucho*. Os dois primeiros, com menor capacidade de produção e tecnológica e reflexo de um contexto histórico de amplo distanciamento entre o cenário retratado e aquele em que se deu a elaboração, traduziam um certo desconhecimento acerca do ambiente que cercava o personagem retratado. Já o terceiro trazia consigo uma outra conjuntura, com a busca de uma aproximação pan-americana, com a visita *in loco* dos produtores e um primor tecnológico do desenho. Além disso, os dois primeiros privilegiavam o entretenimento e o caráter jocoso da produção, ao passo que o terceiro, além desses elementos, tinha um caráter didático de explicar algumas das vivências do protagonista, além de intentar demonstrar certas similitudes entre o habitante do pampa e um segmento da população estadunidense, no caso, o cowboy norte-americano. Em comum, todos eles mantinham a premissa de destacar os tantos estereótipos em torno da figura retratada, apresentando um mesmo *gaucho*, fosse ele o “galopante”, o “alegre”, ou o “pateta”.

Imagens do *Gaúcho* em Jean Pallière

Luiz Henrique Torres*

Um dos mais destacados pintores que se dedicaram a retratar a geografia e os costumes da Região Platina foi Jean Leon Pallière. Entre sua vasta produção, serão reproduzidas imagens voltadas ao *gaúcho* rio-platense e a cenários sociais platinos. Inicialmente, será feita uma caracterização geográfica desta região, da formação histórica platina e da figura do “*gaúcho*” ou “*gaúcho*” em seu contexto socioeconômico.

Espacialidade e Tipologia Social

No presente, geograficamente, a Região Platina é formada por três países (Argentina, Paraguai e Uruguai), além de fazer fronteira com o Rio Grande do Sul e com o Paraná (banhados pelos rios formadores da Bacia do Rio Prata). A história em comum remete ao período colonial (ainda no século XVI) com o avanço português ao Rio da Prata e a segunda fundação de Buenos Aires (1580). Posteriormente, em 1680, é fundada pelos luso-brasileiros a Colônia do Sacramento na atual República Oriental do Uruguai. A disputa pelo território e pelo gado, as

* Professor Titular dos Cursos de História da Universidade Federal do Rio Grande. Doutor em História do Brasil. Blog: historiaehistoriografiadors.blogspot.com.

aproximações e conflitos, pautaram uma longa existência que foi marcada pelos conflitos militares/colonizatórios decorrentes do confronto entre Portugal e Espanha. Em 1776, a coroa espanhola desmembrou o Vice-Reino do Peru, formando nessa região o Vice Reino do Prata, que naquela época incluía a atual Bolívia. A disputa pela posse do Rio Grande do Sul marcou a formação social e política das populações que aí viveram, assim como os avanços e limites da linha de fronteira luso-espanhola.

Uma das modalidades de pensar esta espacialidade é se referir ao território do “*pampa gaucha*”, hoje composto pelo Uruguai, pelas províncias de Buenos Aires, La Pampa, Santa Fé, Córdoba, Entre Rios e Corrientes, na Argentina, e pela metade meridional do estado do Rio Grande do Sul, que se caracterizou pela produção e exportação da carne salgada e de seus subprodutos. Originalmente, a identidade cultural dos campos sulinos foi forjada nas atividades pastoris, na atuação dos jesuítas de bandeira espanhola e, sobretudo, dos guaranis missioneiros, nos conflitos militares e na manufatura das carnes voltadas a exportação (GUTIERREZ & SANTOS, 2018).

Beatriz Courlet (2005) destaca que a Região Platina é constituída de sub-regiões com especificidades, que apesar de mudanças econômicas em graus diferenciados, manteve costumes e valores socioculturais comuns. Mesmo com experiências históricas e tradições comuns, especialmente em decorrência das abordagens historiográficas produzidas a partir da década de 1920 na Argentina, no Uruguai e no Brasil, foi enfatizada a “centralização progressiva do poder político e reforçada a ideia de Estado nacional”. Os historiadores construíram uma “história impregnada de um forte nacionalismo e tendo, por isso, pouca ou nenhuma relação com aquela das zonas geográficas vizinhas”. O espaço (trans)fronteiriço acaba se voltando a construção do

individualismo histórico e nacional. Courlet ressalta que o aspecto principal da identidade platina é o militarismo em razão de disputas fronteiriças enquanto espaço pertencendo inicialmente a Portugal e à Espanha e mais tarde à Argentina, ao Uruguai e ao Brasil:

Os peões e os índios viviam inicialmente da extração do couro de gado (até então em liberdade nos campos) cuja exploração com fins de exportação constituiu a principal atividade econômica da campanha platina durante o período colonial. Nesta época, quando predominava ainda a prática das vacarias, eles constituíam uma mão de obra disponível, sem laços estáveis de trabalho. Mais tarde, a instalação de estâncias mudou completamente o modo de vida dos habitantes do Prata, pois a privatização das terras e das manadas de gado lhes roubaram os meios de subsistência e lhes obrigaram assim a se integrar progressivamente no processo produtivo enquanto mão de obra permanente. A análise da criminalidade na época mostra que esta passagem a um novo modo de produção se deu com muita resistência, estes indivíduos sem emprego fixo representando, então, uma classe rebelde e potencialmente revolucionária do ponto de vista das elites locais. Isto explica a aplicação de numerosas e severas medidas de controle social visando disciplinar o habitante da campanha através da instauração de um aparelho judiciário e policial. Este punia os indivíduos vacantes, controlava sua mobilidade e seu tipo de ocupação (todos aqueles que não possuíam um contrato de trabalho passaram a ser perseguidos e aprisionados como bandidos) (...). O vasto território da região platina abrigava ainda todos aqueles indivíduos que, por razões diversas, não se adaptavam às exigências do sistema dominante de

produção, ou seja, escravos fugitivos e índios rebeldes, assim como soldados desertores (COURLET, 2005).

A primeira referência documental aos *gauchos* recua a 1617 na província argentina de Santa Fé onde “mozos perdidos” que viviam com índios pampeanos estavam roubando e matando gado para tirar o couro. Em 1642, o Cabildo de Buenos Aires denominou os ladrões de estâncias como “cuatreros e vagabundos”. A documentação jesuítica de 1686 denunciava a ação de pilhadores das estâncias missioneiras os “vagos ou vagabundos”. No início do século XVIII estes grupos de pilhadores matavam o gado da Vacaria Del Mar para tirar o couro e venderem em Montevideú: os “faeneros” (quando pagavam impostos) e os “changadores” (quando não pagavam impostos). Os termos utilizados remetem espacialmente estes ladrões de gado e de estâncias a zona rural da Argentina, Uruguai e Rio Grande do Sul.

Os documentos coloniais se referem a “vagabundos”, “changadores”, “gaudérios” e “gaúchos”. Em 1721 o Cabildo de Buenos Aires alertava que na Banda Oriental “se albergan muchos peones vagamundos que viven a su antojo”. O Governador Andonaegui pediu em 1747, ao Cabildo de Montevideo, que se devem “convocar los vecinos de esa ciudad para exterminar los Ladrones, Vagabundos y demas que insultan la campana de esa Jurisdiccion robando los Ganados de ella”. Um ano mais tarde um cabildante montevidiano, Jose Millan, conclama aos proprietários para que “ninguna persona consienta en sus estancias ni chacras a ningun vagabundo, ni persona Vagante a menos que este conchabado, o conste que lo esta”. Aqueles que derem proteção serão “reputados por capos de Vagabundos, de veinte pesos de multa aplicados en la forma dicha, y, mas de un mês de prision...” (VIDART, 1967: 134).

“Vagamundo” ou “vagabundo” aparece pela primeira vez em documentos de 1642; “changador” em 1734; “gauderio” em 1746; “gaúcho” em 1771. Ofício do Comandante de Maldonado (1771) se refere aos “gahuchos”, ou seja, os “*gauchos*”. O Sargento-Mor José de Saldanha em 1787 se refere a “*gauches*” como vagabundos ou ladrões do campo, que matavam os touros chimarrões para lhes tirar o couro e vender nas povoações. Já o termo “gaudério” é usado para definir pessoa que não trabalha e não se fixa num lugar. Malfeitores e ladrões são muitas vezes chamados na documentação de “*gauchos*” ou “gaudérios”, enquanto palavras sinônimas (CONTI, 1945). O gado “Cimarron ou chimarrão é um termo originado na América Espanhola dirigido a tudo que havendo sido doméstico, cultivado e civilizado, voltou ao estado selvagem” (ASSUNÇÃO, 2011).

AZARA (1802), se refere aos “jornaleros campestres, a quienes dan los nombres de Peones, Jinetes, *Gauchos*, Camiluchos y Gauderios”, onde o “camilucho” é o índio guarani cristão missioneiro acostumado com as atividades de peão e as lidas nas estâncias. Outra denominação é “tupamaro” pejorativamente utilizada pelos espanhóis para denegrir o mártir indígena Tupac Amaru e aqueles que se levantaram contra o domínio colonial. “El *gaucho* y el *tupamaro* transitaron entonces del menosprecio a la gloria, del prontuario policial a la exaltacion patriótica” (VIDART, 1967). O termo vai sofrendo releituras que transitam entre o vagabundo sem lei, rei e religião, até o símbolo gentílico destas regiões. Semelhante ao que ocorreu com as lideranças da Revolução Farroupilha (1835-1845), no Uruguai, Artigas jamais se referiu a seus “*gauchos*”, mas sim a seus “paisanos”. “Pues paisano, desde el principio, nombro al elemento estable de las estancias, a la peonada sedentaria, ducha en las tareas pecuarias, tan habil como el *gaucho* en el manejo del caballo y las armas, pero con un conchabo fijo, um habito

de trabajo continuo, un hogar estable, un pago enraizado en su orgullo y su carino" (VIDART, 1967).

Félix de Azara faz referência aos maus tratados aos cavalos e a dizimação do rebanho vacum, em apontamentos que também foram feitos desde a década de 1730 para o a Vila do Rio Grande de São Pedro: "Dicen aquí con razón, que el país es el Infierno de las Vacas, el Purgatorio de los Caballos y el Paraíso de Asnos y las Yeguas". Esta é uma alusão a "increíble matanza y desperdicio que se hace con el ganado vacuno: a lo que se hace padecer a los caballos; y a que los asnos y yeguas viven Ubres sin que nadie se meta con ellos" (AZARA, 1847). Azara percorreu o Prata entre as décadas de 1780-1790, deixando algumas impressões negativas sobre os *gauchos*:

Además de los dichos [los campestres] hay por aquellos campos principalmente por los de Montevideo y Maldonado, otra casta de gente, llamados más propiamente *gauchos* o gauderios. Todos son, por lo común, escapados de las cárceles de España y del Brasil o de los que por sus atrocidad es huyen a los desiertos. Su desnudez, su barba larga, su cabello nunca peinado y la oscuridad y porquería de su semblante les hacen espantosos a la vista. Por ningún motivo ni interés quieren servir a nadie y, sobre ser ladrones, también roban mujeres. Las llevan a los bosques y viven con ellas en una choza, alimentándose con vacas silvestres. Cuando tiene alguna necesidad o capricho el *gaucho* roba algunos caballos o vacas, los lleva y vende en el Brasil, de donde traelo que le hace falta (AZARA, 1847).

O naturalista Charles Darwin no ano de 1832, se encontrava nas proximidades de Maldonado e preservou uma cena que participou. Chamou a atenção de Darwin os *gauchos* que passavam a noite em uma pulperia para beber licores e para fumar.

Estes *gauchos*, segundo Darwin, seriam muito superior aos habitantes das cidades devido a serem muito corteses e hospitaleiros. “São geralmente altos e elegantes, mas tem na fisionomia uma expressão de altivez e dissolução que lhes soa mal. É comum entre eles o uso de bigodes, e os cabelos caem-lhes pelas costas em longos cachos negros”. Eram atrevidos e bravos, ocorrendo homicídios devido a pequenas querelas ligadas ao jogo e as bebidas.

O colorido vivo do vestuário, as grandes esporas tilintando no salto das botas, e a faca enfiada na cintura como punhal (e frequentemente usada como tal) dão-lhe a impressão de ser uma raça de homens muito diferente da que se poderia esperar do nome que levam, gaúchos, que quer simplesmente dizer 'homens do campo'. São de uma excessiva delicadeza. Nunca levam o copo aos lábios sem esperar que o conviva o tenha feito primeiro. Contudo com a mesma facilidade com que se curvam no seu gracioso cumprimento, parecem dispostos, caso se lhes apresente a ocasião, a cortar a garganta ao próximo (DARWIN, 1970:15).

A historiadora Ieda Gutfreind (2006) realizou uma reflexão sobre o gaúcho não como a síntese gentílica daqueles que nasceram no Rio Grande do Sul, mas, enquanto “habitante de um espaço delimitado à zona da Campanha e como um agente social que constrói, a partir de suas vivências, sua cultura”. Etnicamente, a sociedade colonial sul-rio-grandense teve participação de brancos, negros e mestiços. No Rio Grande do Sul conviveram diferenciados grupos sociais: no meio rural os estancieiros, charqueadores, militares, lavradores, camponeses, peões; nos núcleos urbanos os comerciantes, profissionais liberais, trabalhadores domésticos, artesãos, ambulantes etc, gerando múltiplas relações de trabalhos, desde escravos até

trabalhadores temporários, autônomos e permanentes. Segundo Gutfreind, gaúcho é o nome que tem sido dado ao habitante da zona da Campanha que se dedica à criação de gado, vivendo em terras tanto da Argentina, quanto do Uruguai e do Brasil. Em nosso país, designa a população do Rio Grande do Sul, pois este estado possui extensas planícies pampeanas e apresenta, desde a sua colonização até os dias atuais, uma economia em que a pecuária ocupa um lugar de destaque.

No presente, o termo gaúcho no Rio Grande do Sul é empregado para designar os setores populares que, vivendo nas áreas de produção pecuária, participam do mercado de trabalho que ali existe, na qualidade de trabalhadores permanentes das estâncias: os peões.

No período colonial, os gaúchos compunham a minoria da mão-de-obra dedicada à pecuária. A maior parte dos trabalhadores se constituía de mão-de-obra que, em muitas ocasiões, trabalhava para si ou por contratos de trabalho temporários. Gaúchos no que se refere à sociedade do período colonial compreende *peões*, *vagos*, *gaudérios* ou qualquer outra denominação que represente o homem da Campanha. Na sociedade colonial e da primeira metade do século XIX, ser considerado *vago*, consistia em algo impreciso, ao mesmo tempo em que terrivelmente concreto para o homem da Campanha. Ao conceito de *vago*, seguia-se muitas vezes o de *vagabundo*, como se fossem causa e efeito ou até mesmo sinônimos. Assim, trabalhadores sem emprego ou ladrões de gado podiam receber o mesmo tratamento, sendo perseguidos e presos, desde que estivessem ameaçando a ordem estabelecida. A existência de um contingente de *vagos*, considerada uma ameaça à segurança dos pecuaristas, pode ser explicado pelo pequeno número de peões ou de mão-de-obra permanente que a pecuária requeria, como também pelo seu caráter sazonal. Se

era restrito o número de trabalhadores permanentes, os trabalhadores avulsos contratados para os trabalhos ocasionais na atividade pecuária, os avulsos, eram necessários. Seja no sistema de vacarias ou de criação de gado nas estâncias, os meses de outono e da primavera correspondiam aos períodos em que os trabalhos se intensificavam. As tarefas nas vacarias exigiam o emprego de homens para a caça, a retirada do couro e o transporte de animais, enquanto que nas estâncias trabalhadores avulsos eram contratados para realizar a marcação, a castração ou a tosquia dos animais.

A vida no campo e as lides na pecuária propiciaram o surgimento de um tipo social no qual as capacidades físicas sobrepujavam as intelectuais. O contato direto com a natureza na luta pela sua sobrevivência fez do gaúcho um homem forte, enérgico, acostumado ao uso do laço e do facão. Habitados a uma vida independente e andarilha, de cavaleiros itinerantes, os gaúchos representavam uma classe rebelde, responsável por crimes sociais para os proprietários das terras e do gado. Do ponto de vista deles, pretendiam apenas manter o modo de vida que acreditavam estar em harmonia com o pampa e com seus abundantes rebanhos. Vários de seus hábitos, que hoje fazem parte do folclore e do mito cultural da figura do gaúcho, foram contestados e combatidos pela classe dominante, chegando, inclusive, a serem consideradas contravenções sociais. Dentre essas, destacamos o uso da bebida, as brigas, os jogos de azar e os bailes.

Para o habitante da Campanha, tais manifestações culturais estavam relacionadas com o seu cotidiano, com a sua forma de viver. A bebida, que ele comprava dos nativos, ajudava-o passar as noites frias ao relento; os jogos de azar fazia parte de seu lazer diário, visto que o dia de trabalho se encerrava ao entardecer e, muitas vezes, o clima adverso

impedia que, em outros pudesse trabalhar. Os bailes, a música e a dança constituíam-se em fontes de diversão e de oportunidade de manter relações sociais. Como ele costumava cruzar o pampa em busca de gado, a sua vida caracterizava-se em muitos momentos, pela solidão. Por isso, apreciava, frequentar bailes, tocar viola e entoar canções. Estas duas últimas, inclusive, faziam parte da sua vida solitária, quando, à noite, apeava do seu cavalo e dormia debaixo de um umbu.

O gaúcho tinha sua própria ética de trabalho. Para ele, trabalhar significava realizar alguma tarefa que lhe garantisse a subsistência, mas que também lhe desse prazer. Era assim que enfrentava a atividade assalariada: realizava-a em troca de pagamento que lhe permitisse comprar um poncho, a bebida e o sal de que necessitava, sem, entretanto, buscar nela a razão de sua existência. Essa sua forma particular de encarar o trabalho, associada às condições da produção, contribuíram para torná-lo um itinerante, um trabalhador ocasional.

Entretanto, seu labor não se restringia apenas a isso. Para o gaúcho, trabalhar significava também vivenciar a alegria. Nesse sentido, recusava-se a realizar tarefas de que não gostasse, sendo muitas vezes visto como um preguiçoso e indolente. Considerava suas atividades preferidas àquelas que realizava nos grandes rodeios, os quais, geralmente, efetuavam-se em março e setembro, onde domava, marcava e castrava. Eles se constituíam num misto de trabalho e festa, já que passava dias praticando com outros companheiros sua habilidade de cavalgar, ao mesmo tempo em que laçava, usava o facão, o ferro de marcação etc.

Foi nas lutas corporais que o gaúcho melhor associou suas vivências, com seus valores, suas representações, seu imaginário social. A vida livre, cheia de emoções e perigos que ele enfrentava, laçando, marcando ou matando o gado,

levava a que ele convivesse com a violência corporal no seu dia-a-dia, passando a aceitá-la com naturalidade. Por isso, valorizava a altivez, a coragem, a energia, mais do que a honestidade, a educação moral e intelectual. Foi a partir daquelas que construiu seu universo social, escolhendo para líder e aceitando como seu superior aquele que as melhor demonstrasse.

Ieda Gutfreind conclui que o sentimento de liberdade constituía-se, talvez, no maior valor deste grupo social, o gaúcho, pois para ele era mais fácil aceitar os castigos corporais do que o aprisionamento da sua alma. Sua concepção de felicidade consistia em poder gozar sua liberdade de ir e vir, de escolher onde e quando trabalhar, não se importando em levar uma vida de pobreza e em retirar do meio a sua subsistência.

Como foi argumentado, o termo “*gaucho* ou gaúcho” refere-se tanto à população do Rio Grande do Sul como a um “tipo” social específico originário do Pampa, na região de fronteira com Uruguai e Argentina.

A região do Pampa, com suas fazendas de pecuária extensiva, foi o centro do poder econômico do estado antes da expansão da indústria e da acelerada urbanização ocorrida na primeira metade do século XX. A figura do Gaúcho arquetípico é tipicamente representada como a do homem do campo, ou seja, o trabalhador de fazendas, cujo vestuário inclui espora, bota, bombacha, pala e chapéu, além de ser apreciador de chimarrão e churrasco. Masculinidade agressiva e forte senso de independência são outras características associadas à imagem do Gaúcho. Esses atributos contrastam com aqueles da identidade nacional brasileira e, com o passar do tempo, os contornos identitários do Gaúcho se deslocaram, pelas mãos das elites do estado, para o centro da construção social da identidade regional. Ao longo

desse processo, a imagem do Gaúcho tornou-se cada vez mais mítica, tomando proporções de ícone (KENT & SANTOS, 2012: 347).

Concluindo, a partir de uma reflexão do antropólogo Daniel Vidart, os descendentes de desertores, de “mozos desgarrados” dos núcleos urbanos, de “pasianderos y vagamundos descasados”, o *gaucho* se refugia na “naturaleza su desamparo sociocultural”. Os campos orientais oferecem aos homens “desgajados de la pirámide clasista colonial” a abundância do gado chimarrão, o “amancebamiento con las índias”, a oportunidade de uma “riesgosa y combatiente independencia” em meio a um cenário geográfico e antropológico “que rebarbariza irremisiblemente a los que en él actúan”. Eles foram lançados por motivações e determinantes socioeconômicos “al abierto solar de las cuchillas, entonces sí comienza el influjo de la naturaleza sobre los hombres de a caballo”. A área geográfica do *gaucho* coincide com uma região natural. Esta vasta zona abarca “la Mesopotamia argentina, la Pampa, las cuchillas orientales y los ondulados campos de las coxilhas rio-grandenses” (VIDART, 1968: 126).

Jean Pallière e o Prata

Parte-se do pressuposto de que a imagem é um documento histórico a ser investigado a partir de referenciais pertinentes a este objeto (BURKE, 2005; 2008). As iconografias, em foco neste estudo, remete a geografia e aos habitantes da região platina, em especial, do espaço argentino. Para além de um recurso ilustrativo, as imagens do passado preservam práticas sociais e relações da esfera do político (VEJO, 2007).

Como ressalta BURKE o uso das imagens não pode e não deve ser limitado as “evidências”, mas, deixa espaço para o “impacto da imagem na imaginação histórica” (Francis Raskel). Pinturas, estátuas publicações e assim por diante, “permite a nós, na posteridade, compartilhar as experiências não verbais ou o conhecimento de culturas passadas (...) imagens, assim como textos e testemunhos orais são uma forma importante de evidência histórica” (BURKE, 2017). Imagens são testemunhas mudas - ou com poucas informações textuais -, sendo necessária a crítica da fonte a partir do contexto, função, retórica, recordação, testemunho ocular ou secundário etc. “Desenhos a partir de cenas reais da vida e libertos do constrangimento do grande estilo são mais confiáveis como testemunhos” (BURKE, 2017).

Imagens platinas e do bioma pampa (que caracteriza grande parte do Rio Grande do Sul além do Uruguai e Argentina), foram retratadas pelo aquarelista Jean Leon Pallière. As imagens produzidas por Pallière se enquadram nesta categoria de “cenas reais da vida” pela possibilidade do cruzamento de suas representações imagéticas com variados documentos escritos e visuais daquele período da história platina. O detalhismo de seu traço artístico contribui para compor um quadro ampliado do vestuário, técnicas, comportamentos sociais, afetividades etc. Seus trabalhos são, mesmo que retratados no espaço argentino, um documento do modo-de-vida característico da campanha/zona costeira do Rio Grande do Sul no século XIX. Com mais intensidade nas áreas de fronteira com o Uruguai e Argentina, mas, com hábitos disseminados por parte do meio rural Rio-grandense daquele século, os retratos de Pallière mostram cenários cotidianos e personagens que edificaram os elementos fundadores do

vida rural, da presença indígena e da construção histórica do gaúcho platino/rio-grandense.

Jean Leon Pallière Grandjean Ferreira (Rio de Janeiro RJ 1823 - Paris, França 1887) foi litógrafo, aquarelista, decorador e professor. Filho do pintor Arnaud J. Pallière que produziu destacadas obras sobre o Brasil Imperial e neto do arquiteto Grandjean de Montigny. Muda-se para Paris em 1836, dando início ao seu aprendizado artístico com o pintor de história François-Edouard Picot um antigo colega de seu pai. Em 1848, com 25 anos de idade, retorna ao Rio de Janeiro onde estuda na Academia Imperial de Belas Artes, cujo diretor era o francês Félix-Émile Taunay. Em 1849 ganha o prêmio da Academia Imperial que permitia viajar com uma bolsa de estudos a Europa durante três anos (prorrogada por mais dois) para aprofundamento dos estudos. Pallière segue para Paris e depois para Roma, onde executa a obra “Alegoria às Belas Artes”,¹ que se tornou a sua maior composição. Em 1854 realizou viagem pela Espanha e Marrocos, evidenciando em suas posteriores paisagens platinas, a influência do mundo árabe o qual ele irá identificar algumas características nos *gauchos*. Retorna ao Brasil em 1855 e se desliga da Academia Imperial, possivelmente, evidenciando o seu rompimento com o neoclassicismo e a busca de libertação de alegorias, pinturas

¹ Pallière fez esta pintura de 3,05m x 4,15m, para adornar o teto da então Biblioteca da Academia Imperial de Belas Artes, que antecedeu a Escola Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro. O quadro “Alegoria às Belas Artes” é considerado a obra prima do artista e retrata as musas da arquitetura, da pintura, da poesia, da música e da escultura. A pintura sobreviveu à demolição do prédio e foi recentemente restaurada e exposta para visitação (<http://portal.iphan.gov.br/80anos/noticias/detalhes/3729/restaurada-pelo-pac-cidades-historicas-obra-prima-de-palliere-esta-disponivel-a-visitacao>).

históricas ou mitológicas, e assumindo o romantismo que ainda era tido como uma “decoração de botequim” (LAGO, 2011: 199).

Pallièrre poderia ter se tornado o maior pintor brasileiro de seu tempo, porém “ciúmes e aleivosias” o afastariam e acabariam por motivá-lo a se estabelecer em Buenos Aires. “A obra que produziu na Argentina – um consistente registro dos costumes locais – o fez conquistar, naquele país, a mesma reputação de que Debret goza no Brasil” (LAGO, 2011: 195). Com sua busca de conhecimento pelo meio rural, o que ele poderia ter produzido sobre o Brasil de meados do século XIX? O fato é que em 1855 muda-se para Buenos Aires, onde leciona desenho e vai permanecer até 1866. A Argentina “o recebe com contentamento e compreende, desde o início, suas obras, muito mais voltadas para a pintura de gênero, as cenas românticas e a paisagem densa dos trópicos” em que a “representação de camponeses, o romantismo e o domínio na reconstrução da paisagem ao fundo teriam ferido diretamente os cânones da Academia Imperial” (LAGO, 2011: 200).

Pallièrre buscará inspiração em Auguste Borget que explorou a temática gauchesca em ilustrações de Buenos Aires em 1830, publicadas em 1850. Em *Escenas Americanas*, León buscou uma técnica semelhante a que observara em Borget, colorindo suas litogravuras em dois tons: negro e sépia.

Em 1857, ele realizou uma viagem cruzando a Argentina e seguindo para o Chile, Bolívia e Peru. Resultado desta viagem, foi a posterior publicação de seu livro *Escenas Americanas* que também teve imagens do Brasil, Uruguai, Chile e Bolívia. Em 1859, o periódico inglês *The Illustrated London News* passou a publicar seus desenhos com temática gauchesca. No início da década de 1860, percorre o litoral

brasileiro, visitando a Bahia, Rio de Janeiro, Paraná e Santa Catarina. Em 1864, publica o *Album Pallière. Escenas Americanas. Reducción de Cuadros, Aquarelles y Bosquejos*, composto de 52 litografias de trabalhos realizados em suas viagens (<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa23476/jean-leon-palliere>).

As pranchas litográficas foram de responsabilidade de J. Pelvilain e o projeto de “caráter costumbrista” teve início com a publicação das pranchas em 14 de abril de 1864 e terminou em 5 de agosto de 1865. Das 52, 44 gravuras remetiam a Argentina e quatro imagens eram voltadas a retratar cenários brasileiros: “Um Mercado na Bahia”; “Rio Paranaguá”; “Cargueiros de Erva-Mate” e “Entrada da Bahia do Rio de Janeiro”. O álbum foi recebido com grande apreço pela imprensa portenha (LAGO, 2011: 201). Esta publicação evidencia que os ideais artísticos de León estão voltados aos cenários do cotidiano e não as alegorias características do neoclássico. Nesta direção “o olhar a que Pallière se permitiu na Argentina – possibilitando antecipar aquilo que o *modernismo* faria no Brasil, só na segunda década do século XX” certamente seria considerado “desvairado pelas elites brasileiras”. O sucesso obtido na Argentina, provavelmente não se repetiria no Brasil “onde a instituição em que estudara promovia uma *fuga* das artes plásticas brasileiras, afastando-se cada vez mais do cotidiano das ruas e das paisagens” (LAGO, 2011: 202).

Ao morar por mais de 10 anos na Argentina, ficou conhecido como “o pintor do gaúcho e das cenas crioulas” e esta estadia em Buenos Aires onde chegou em dezembro de 1856, repercutiu no seu principal projeto artístico que foi o *Encenas Americanas*. Ele retratou, como já foi destacado, o cotidiano rural do Rio da Prata, Córdoba, Rosário, Mendoza, Cobija, Salta, Tucuman, Santiago, Valparaíso etc. Em seu

diário, Pallière ressaltava que a Argentina foi uma segunda pátria “onde compreendeu tudo o que se encerra nessa palavra mágica – liberdade”:

Por cima dos muros caídos domina quase sempre o firmamento mais maravilhoso do mundo. Não é o céu azul-acidentado de Roma nem o céu azul sombrio de Nápoles ou da África, nem sequer o das nuvens tempestuosas do Brasil; é o do azul mais puro que se pode ver, quase nacarado, um azul prateado sem nenhum vapor, sem nenhuma mancha (PALLIÈRE, 1945: 84).

Em 1866, radicou-se em Paris e alistou-se para lutar na guerra Franco-Prussiana fazendo um quadro histórico da Batalha de Bazeilles. Em 1878 se casou com Louise Astrée Chavanneau, indo morar no vilarejo de Lorris, perto de Orleans. Faleceu em 12 de fevereiro de 1887.

Além da qualidade da pintura de Pallière, sua obra tem uma dimensão social que possibilita realizar estudos dos hábitos, indumentárias, técnicas, lúdico e sexualidade das sociedades platinas oitocentista. Sua capacidade de “tocar a trama feita dos aspectos pequeninos, delicados, típicos das cidades, dos lugares e dos campos” retratando a vida das “estâncias, as paisagens, as gentes e os costumes” possibilitaram que ele adentrasse num “tecido de grande riqueza histórica e sociológica que encantou o público argentino” (LAGO, 2011: 203). Este legado dos cenários se estende as diferentes regiões da Região Platina que tiveram uma formação histórico-sociológica semelhante no *continuum* fisiográfico do bioma pampa da América do Sul Meridional. Inúmeras analogias, com adaptações locais, são pertinentes para a observação de costumes nas fronteiras do Rio Grande do Sul e na região da campanha gaúcha.



Figura 1 Jean Pallière , “Alegoria as Artes”.

Algumas de suas pinturas de cenas rurais rio-platenses se tornaram populares já entre anos 1860-70. Estas cenas do pampa foram utilizadas para difundir o uso do papel moeda na Argentina. Jean Pallière e outros artistas, cederam algumas de suas obras para ilustrar bilhetes (papel moeda) de diferentes bancos da Província de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fé e Entre Rios.





Sem dúvida, a figura de Pallière ocupa um lugar central no relato da história da arte argentina. Ele consolidou com sua obra o gênero pictórico “del costumbrismo rural con sus casi once años de estadía, entre 1855 y 1866” (AMIGO, 2007). Pallière está contextualizado na pintura romântica (com estilo eclético) e com a literatura de viajantes do século XVIII (observação sentimental e até trivial). Ele se caracterizou pela descrição de tipos sociais, vivendas, animais e plantas. Pela observação descritiva que será “el substrato de la mayoría de su obra ya que fue la base de un archivo visual al que recurrirá con libertad para componer

de manera aditiva sus óleos, acuarelas y litografías, que son el resultado de la suma de elementos unitarios previos” (AMIGO, 2007). Em sua produção aparece a analogia entre *gaucho* e árabe, com referência a beduínos. O relato assume “la mirada conservadora francesa sobre el mundo rural, como territorio incontaminado por los males de la civilización”. Este aspecto colabora com o “el desplazamiento de la representación naturalista descriptiva que había definido la imagen pictórica de lo rural hacia un modelo literario, por ello el relato subjetivo tiende a complementar la masa de información descriptiva habitual de los libros de viajeros!”. (AMIGO, 2007). O *gaucho* é representado com altivez e com espontaneidade em que até os seus cantos são ingênuos e não maliciosos. O sentimentalismo dos cenários busca despertar emoção no espectador, enfatizando a hospitalidade e a conquista amorosa. Em seu diário Pallière repete que os cenários retratados mostram o amor sem culpas e sem os tabus que permeiam as sociedades ocidentais. Ocorre uma idealização do amor rural.

O gaúcho é vinculado a uma natureza ainda não corrompida pela civilização urbana e com espaços para a expressão natural do amor e do ódio. O gaudério original, -marginal do pampa-, assume uma feição de homem equilibrado e cavalheiresco. As imagens retratando homens e mulheres produzem um efeito de sensualidade e até de dominação como na cena da "pisadora de maiz".

O jornal argentino *La Tribuna* de 27 de março de 1861, publicou um comentário sobre a tela "Idílio Criollo" que mostra enamorados na porta de um rancho, pairando a dúvida sobre adentrar no espaço.

(...) La gauchita piensa profundamente, la cara apoyada en la mano, y parece pronta a ceder; se ve que su boca dice no, y el corazón sí, y que muy luego

ambos van a estar acordes –¿sobre qué?– no sabemos, pero nuestros lectores tal vez adivinarán mejor que nosotros lo que un *gaucho* puede pedir a una gauchita de una manera tan apremiante. [...] y el pintor ha representado con su más escrupulosa fidelidad el traje de domingo de esta clase de nuestra sociedad con costumbres tan extrañas y tan poco conocidas fuera de nuestro país.

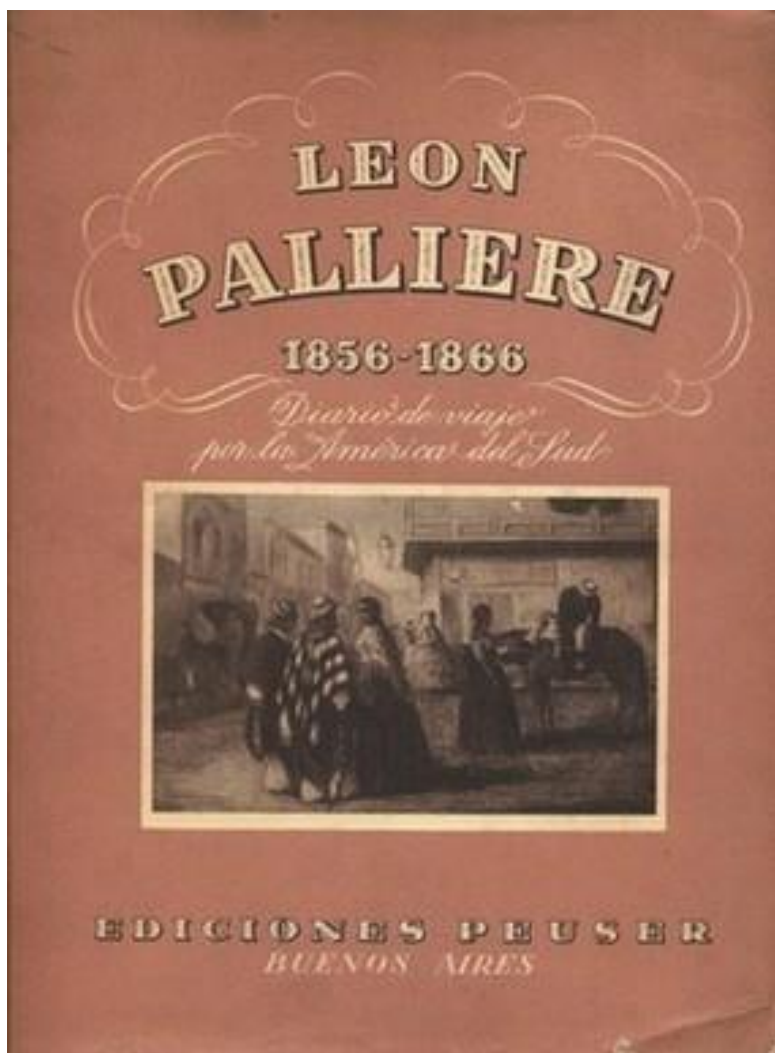
A representação naturalista descritiva que está presente em várias de suas pinturas reproduzem um cenário quase fotográfico de um pampa que se modificaria nas décadas seguintes com o avanço das relações capitalistas de produção nos campos. Mesmo que o *gaucho* retratado já apresente idealização enquanto espontaneidade perdida na Europa, o detalhismo da reconstrução dos cenários preserva parte deste tempo que marcou a formação histórica das regiões que constituem a Bacia Platina. Dos estilos de carroças, das montarias, das indumentárias, das armas, do gado nas coxilhas, da matança nos saladeros e das tosquias, das roupas militares, dos detalhes dos ranchos e das pulperias, da presença indígena, dos payadores e do violão, dos jogos e das brigas de rinha, do churrasco e dos bailes.

A fascinação de Pallière por esta natureza que o atrai para ser convertida em traços perenes o coloca como parte integrante da construção dos cenários e da lapidação de personagens. O *gaucho* é galanteador e sedutor. O rancho é pobre, mas aprazível e sensual. A pulperia é um espaço de sociabilidade e diversão. As cenas campestres são bucólicas e propícias ao ócio. Pallière retrata as cenas de forma hedonista, aproximando e dando familiaridade e leveza aos cenários e personagens. A pobreza material e a crueldade do meio (como nos saladeros) são amenizados no detalhismo e suavidade dos traços. Grande parte das atividades estão voltadas as representações das sociabilidades, bailes,

galanteios, da admirável improdutividade dos personagens que compõem o meio rural. Nas décadas seguintes, o espaço para estas práticas será gradualmente cerceado e o peão fará parte do amplo cercamento dos campos e da mão de obra. Os cenários idílicos farão parte de recordações iconográficas e de reconstruções literárias e identitárias de um passado já morto. Rememorá-lo e revisitá-lo através da ritualização, como nos Centros de Tradições Gaúchas (no Brasil), será uma maneira de amortecer a realidade do “gaúcho a pé”, enquanto conceito fundamental para entender a descapitalização do homem do campo e a sua sujeição a sazonalidade produtiva que o conduziu ao êxodo rural e a pobreza nas periferias das cidades industriais.

Os usos e costumes da Argentina já tinham um valioso cabedal de contribuições com Emeric Essex Vidal, César Hipólito Bacle, Carlos Morel, Raymund Monvoisin, Johan Mauritz Rugendas e Charles Pellegrini. Porém, a iconografia dos costumes rurais chega ao ápice com Pallière.

Algumas das pinturas de Pallière foram reproduzidas de seus dois livros: “*Álbum Pallière*” e “*Diario de viaje por la América del Sud*”.



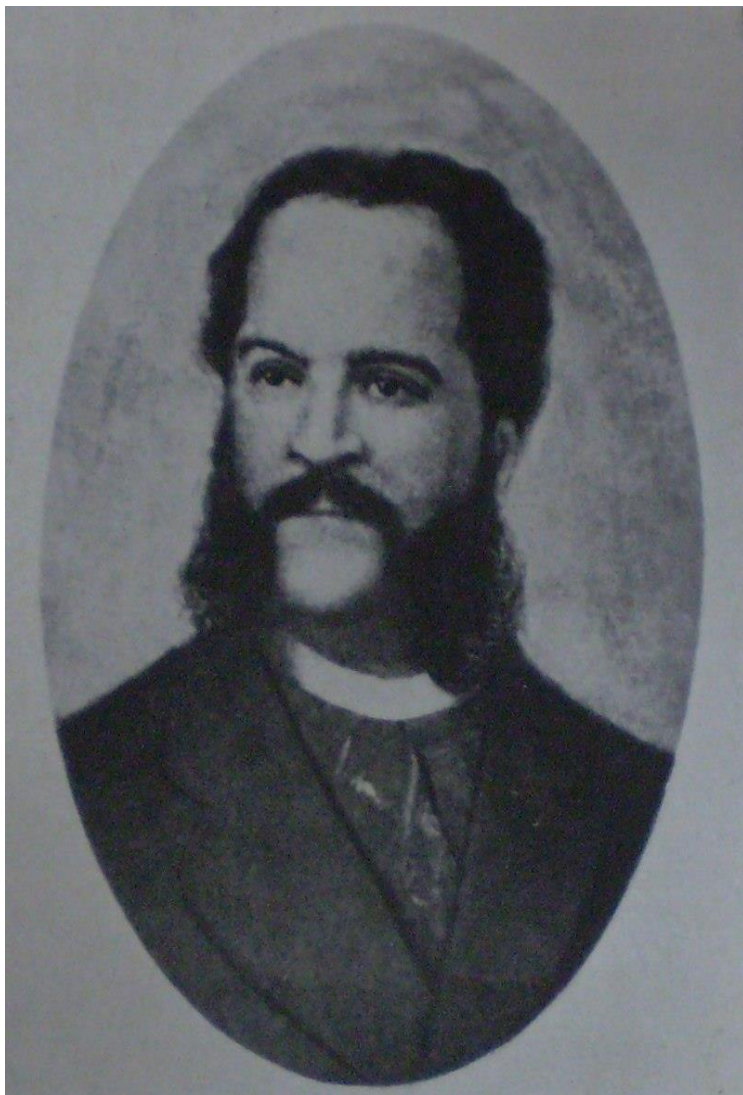


Figura 2 Leon Juan Pallière .



Jean Pallière . <https://ifinra.org>

ALBUM
PALLIERE
ESCENAS AMERICANAS

Reduccion de Cuadros. aquarelles y bosquejos

En venta en la casa de los S^{res} FUSONI Hermanos Calle Cangallo 99.

BUENOS AYRES



Figura 3 Indios del Pampa.



Figura 4 Exterior de um Rancho.

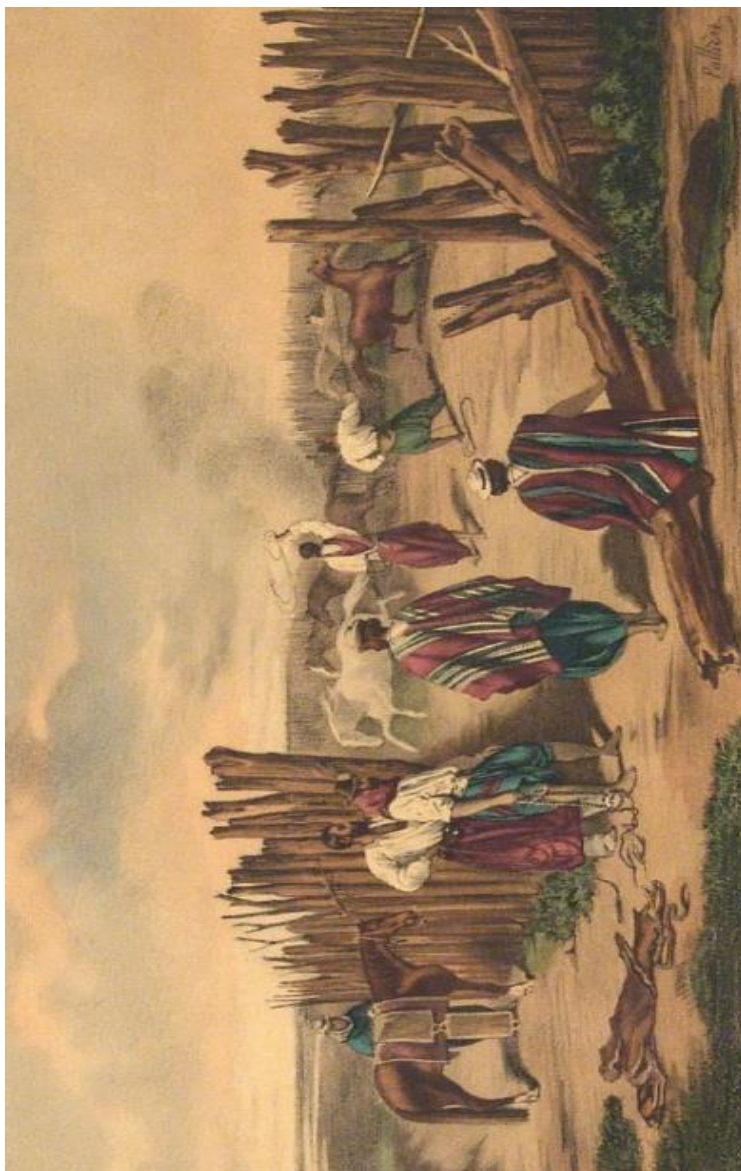


Figura 5 El Curral.

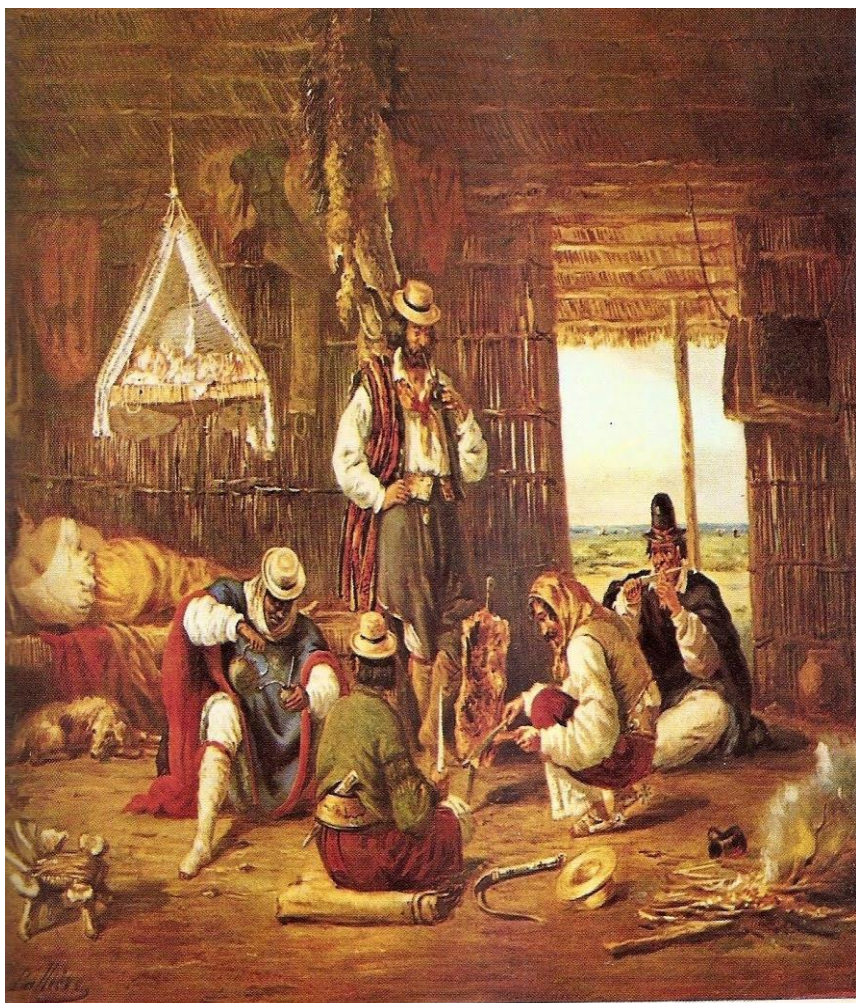


Figura 6 El Assado.

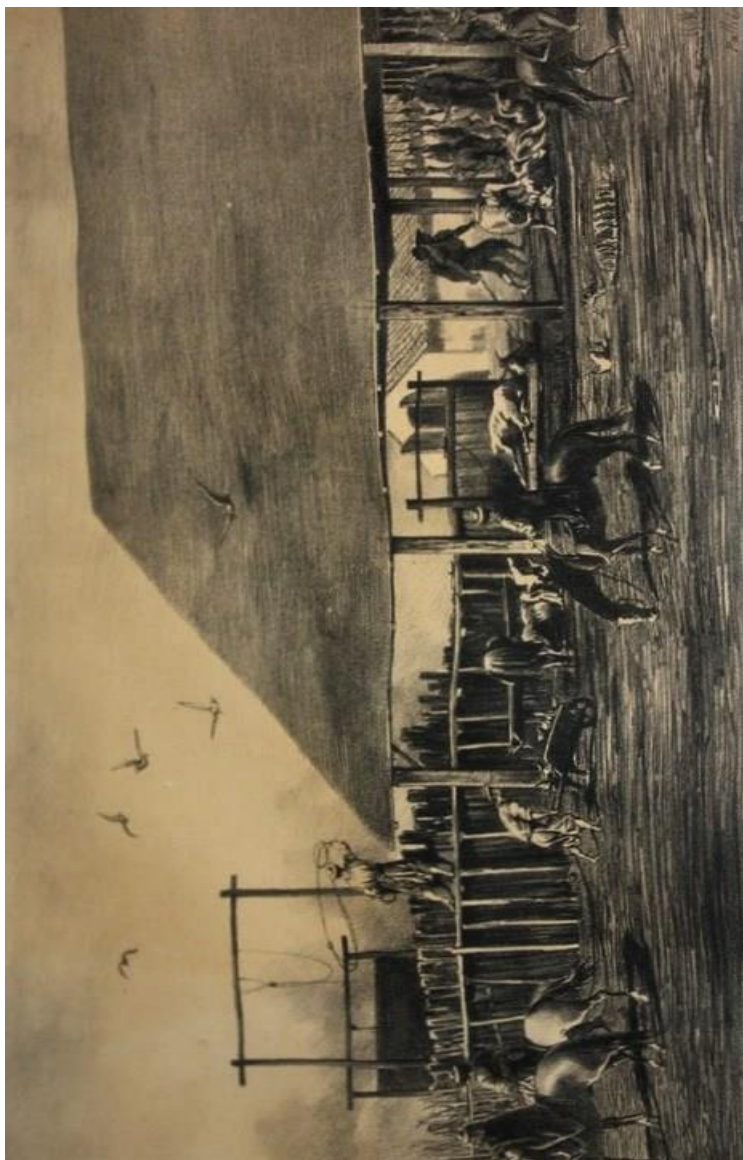


Figura 7Saladero.



Figura 8La Esquila.



Figura 9 Caravana de los *Gauchos*.

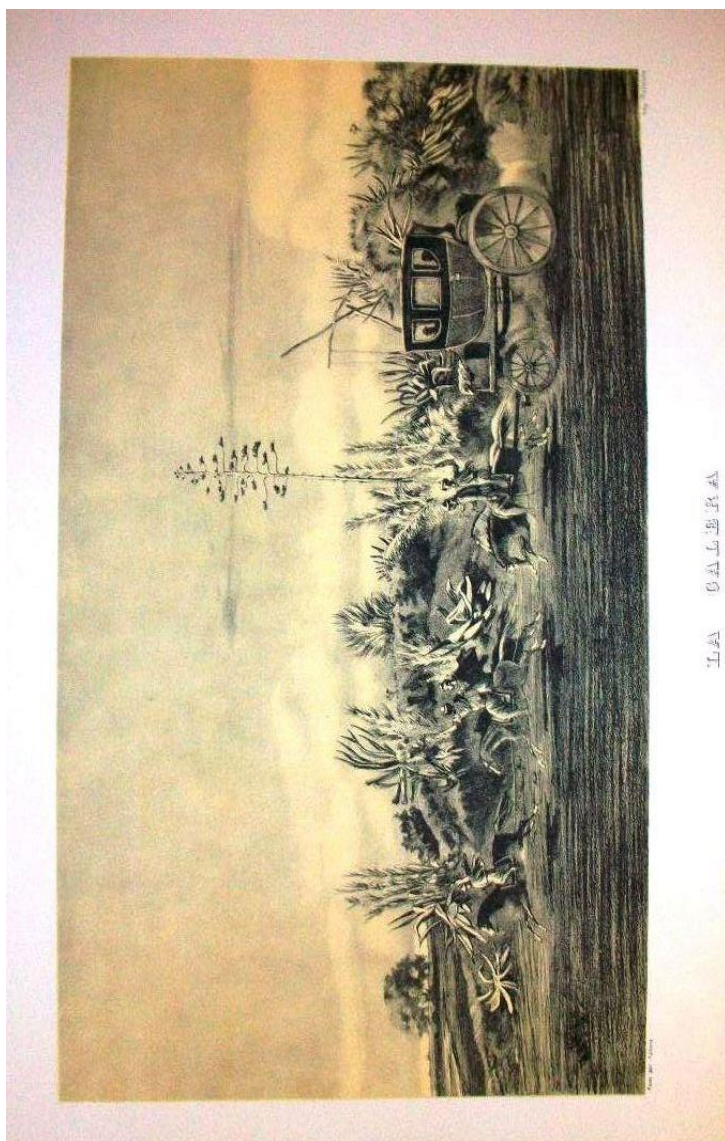


Figura 10 La Galera.

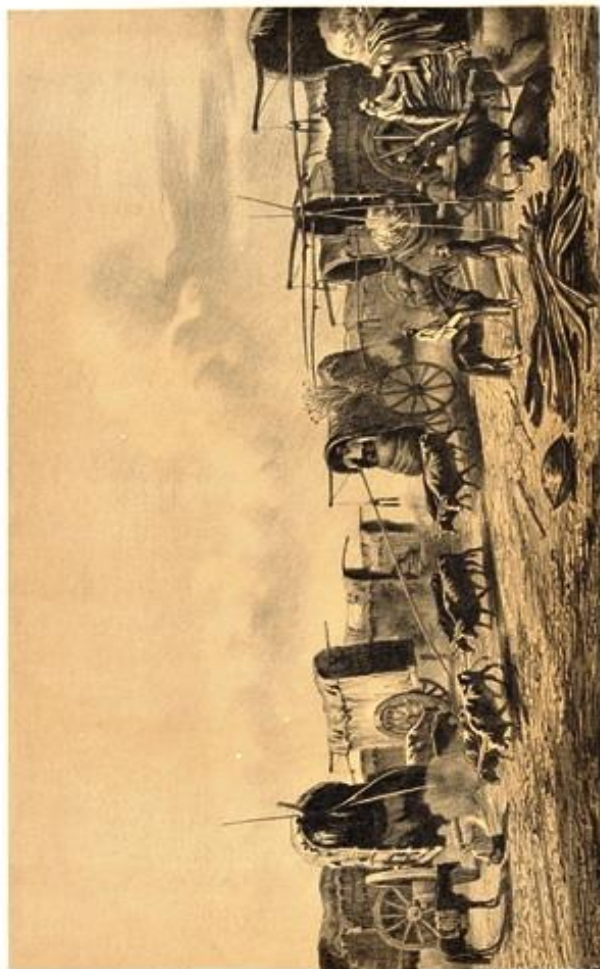


Figura 11 Mercado de Frutes del País.

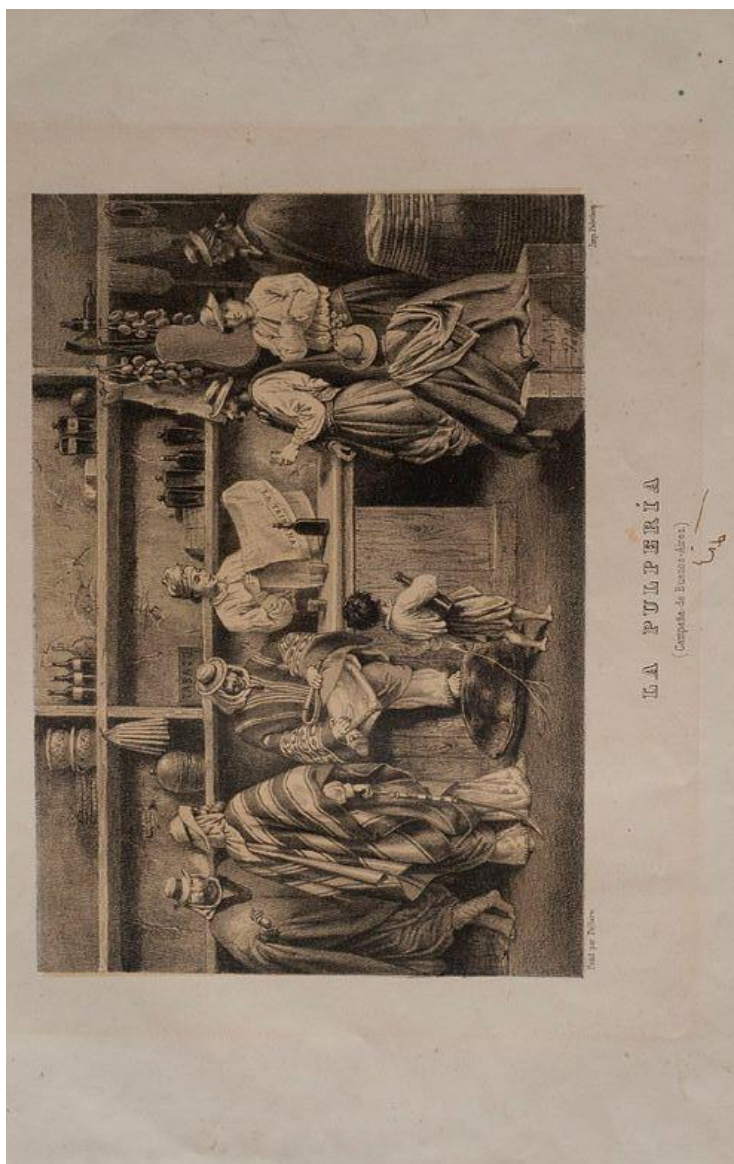


Figura 12 La Pulperia (leitura coletiva de jornal).



Figura 13 Pulperia.



Figura 14 Pulperia de Campo.



Figura 15 La Posta.

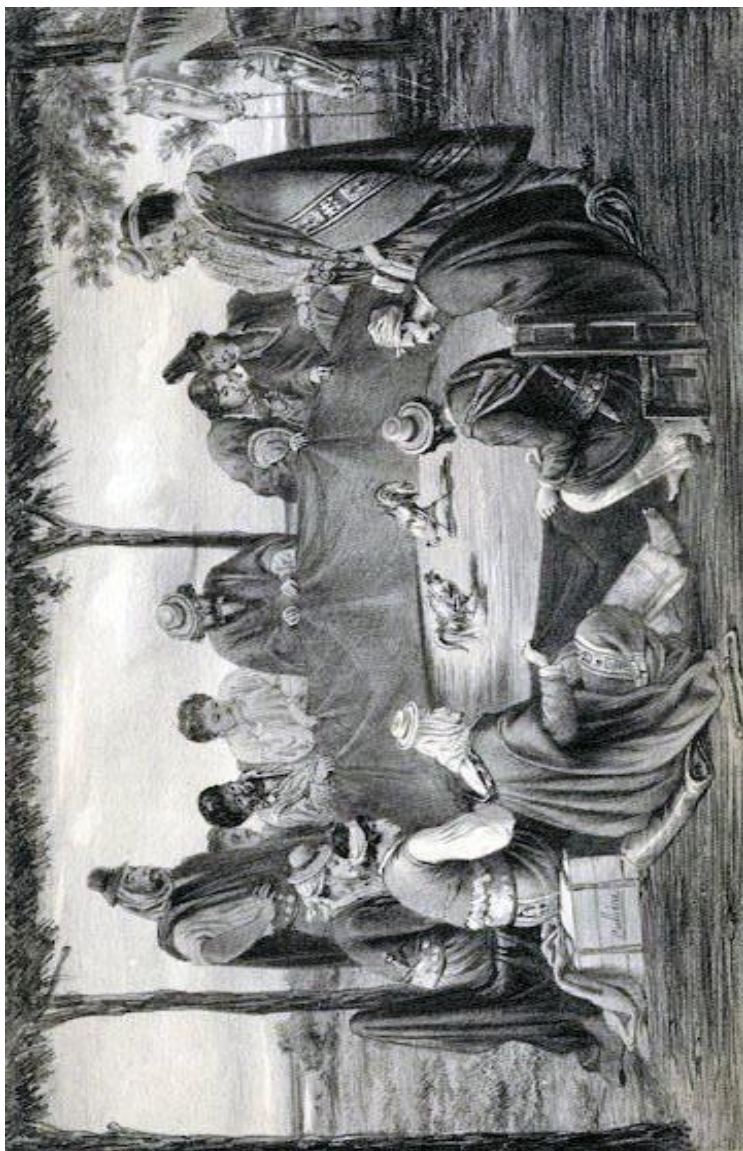


Figura 16 Rima de Galos.

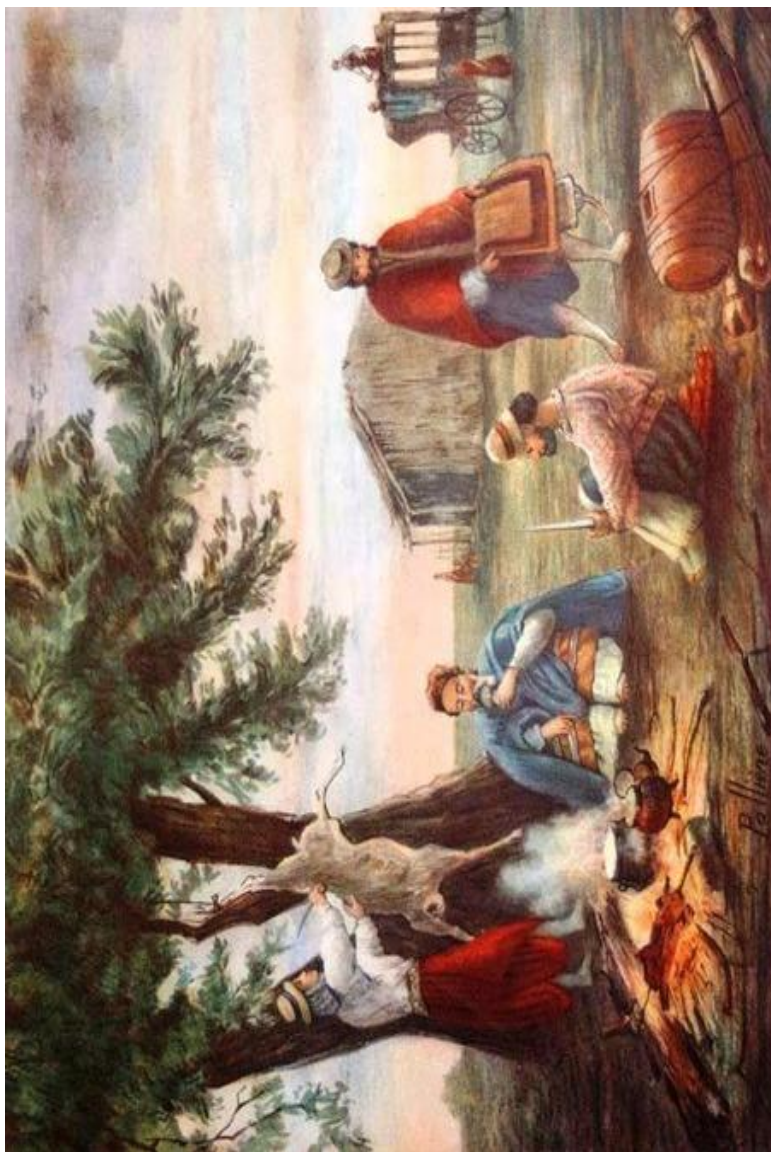


Figura 17 Posta de San Luís.



Figura 18 Idílio Criollo\No Te Vayas.



Figura 19 La Pisadora de Maíz.



Figura 20 La Pisadora de Maíz.



Figura 21 China descansando.



Figura 22 La Cuna.

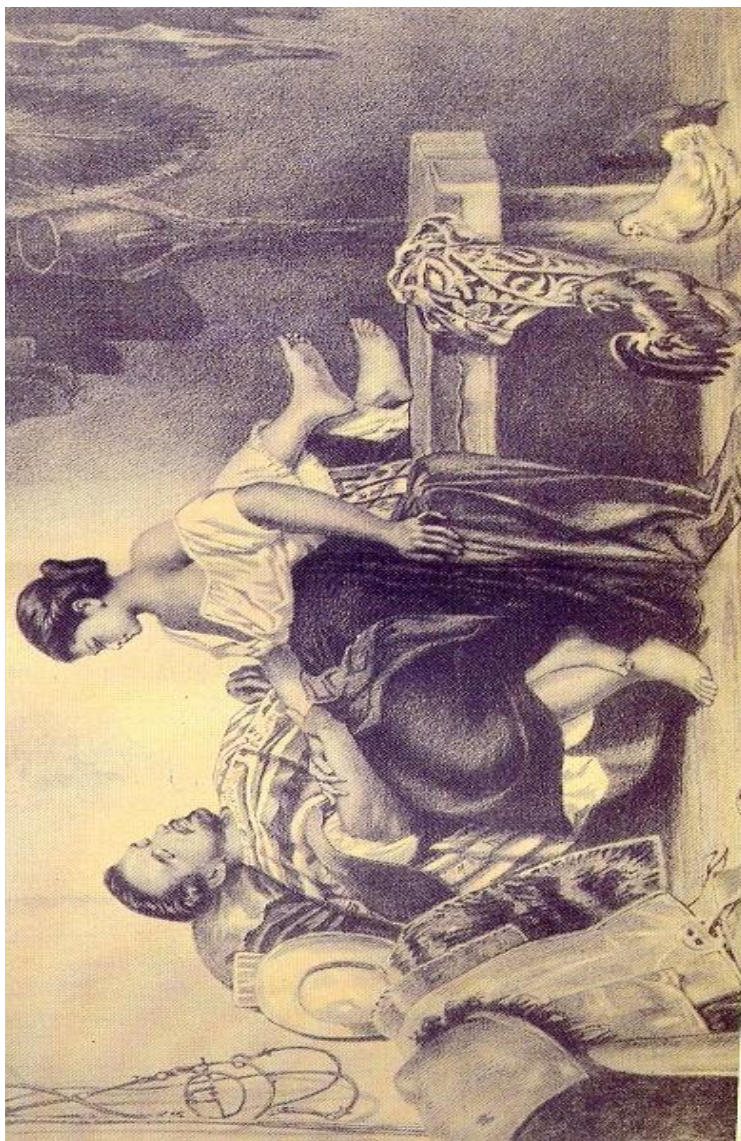


Figura 23 Un Nido de la Pampa.



Figura 24 Esquina Porteña.

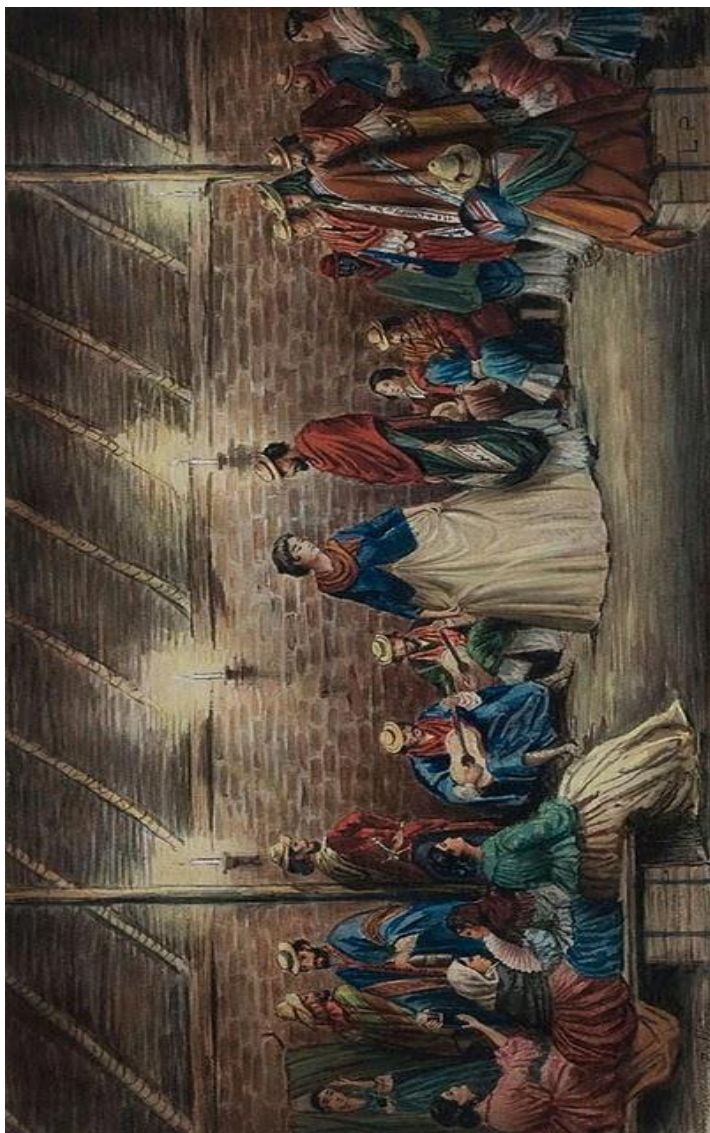


Figura 25 Bailando El Gato (dança tradicional andina-platina).



Figura 26 La Puerta de la Ciudadela (Montevideo).

Referências bibliográficas

ACRI, Edison. *O gaúcho: usos e costumes*. Porto Alegre: Grafosul, 1991.

ALVES, Francisco das Neves. *Revolução Farroupilha: historiografia, mídia e propaganda no Rio Grande do Sul*. Rio Grande: FURG, 2008.

_____. *Imagens da Província: o Rio Grande do Sul sob o prisma europeu no século XIX*. Rio Grande: FURG, 2009.

_____. *Diversidade, identidades e o ensino da História*. Rio Grande: FURG, 2013.

_____. *Ensaio de História Sul-Rio-Grandense: ensino & pesquisa*. Rio Grande: Biblioteca Rio-Grandense, 2015.

AMIGO, Roberto. *Beduinos en la Pampa: Apuntes sobre la imagen del gaucho y el orientalismo de los pintores franceses. Historia y Sociedad*. . Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas y Económicas. Medellín, n. 13, 2007.

ASSUNCAO, Fernando O. *El Gaucho*. Montevideo: Imprenta Nacional, 1963.

_____. *El gaúcho: su espacio y su tempo*. Montevideu: Editorial Arca, 1969.

AZARA, Felix de. *Apuntamientos para la Historia Natural de los Quadrúptdos del Paraguay y del Rio de la Plata* (1802). Madrid: 1847.

BANDEIRA, Julio. *Pallière e o Brasil*. São Paulo: Capivara, 2011.

BARBOSA LESSA, Luiz Carlos. *O sentido e o valor do tradicionalismo*. Santa Maria: Grafosul, 1954.

_____. *Porteira aberta*. In: GONZAGA, S.; FISCHER, L. A. (Coord.). *Nós, os gaúchos*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1993, p. 72-76.

BARBOSA LESSA, L. C. & PAIXÃO CORTES, J. C. *Danças e andanças da tradição gaúcha*. 2.ed. Porto Alegre: Garatuja, 1975.

BARRETO, Roberto Menna. *Criatividade em propaganda*. São Paulo: Summus.

BEAUMONT, J. A.B. *Viajes por Buenos Aires. Entre Rios y la Banda Oriental* (1826-1827). Buenos Aires, 1957.

BEREGA. *Gaúchos e cavalos*. Porto Alegre: Studio El Basco, 1988.

BURKE, Peter. *Visto y no visto*. El uso de la imagen como documento histórico. Barcelona: Crítica, 2005.

_____. *Cómo interrogar a los testimonios visuales en Palos*, Joan Luis y Carrió Invernizzi, Diana (Dir.), *La Historia imaginada. Construcciones visuales del pasado en la Edad*

Moderna. Madrid: Centro de Estudios Europa Hispánica, 2008.

_____. *Testemunha Ocular: O uso de imagens como evidência histórica*. São Paulo: Editora da UNESP, 2017.

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2002.

CARRIL, Bonifacio del. *El Gaucho*. Buenos Aires, Emecé Editores, 1993.

COURLET, Beatriz Azevedo. Identidades em uma Zona de Fronteira: a Região do Prata no período colonial. *Anais Eletrônico da Segunda Jornada de História Comparada/FEE*. Porto Alegre: outubro de 2005.

DACANAL, José Hildebrando. *RS: modernização X arcaísmo: trinta anos na trincheira*. Porto Alegre: Leitura XXI, 2004.

DARWIN, Charles. *Viagem de um Naturalista ao Redor do Mundo*. São Paulo: Abril, 1970.

DUARTE, Fernando. *História do cinema*. Rio Maior: F. Duarte, 1956.

DUCA, Lo. *História do cinema*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1949.

DUQUE, Gonzaga. *A Arte brasileira*. Campinas: Mercado de Letras, 1995. p. 126.

FAGUNDES, Antônio Augusto. E o gaúcho, morreu? In: GONZAGA, S.; FISCHER, L. A. (Coord.). *Nós, os gaúchos*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1993, p. 95-98.

FLORES, Moacyr. *Historiografia – estudos*. Porto Alegre: Nova Dimensão, 1989

GOLIN, Tau. *A ideologia do gauchismo*. Porto Alegre: Tchê, 1983.

_____. Reflexos entre o gaúcho real e o inventado. In: GONZAGA, S.; FISCHER, L. A. (Coord.). *Nós, os gaúchos*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1993, p. 91-94.

GUTFREIND, Ieda. O gaúcho e sua cultura. In: *História Geral do RS-período colonial*. Passo Fundo: Méritos, vol. 1, 2006.

GUTIERREZ, Ester & SANTOS, Carlos A. A. Narrativas Macabras: viajantes e artistas no sul da América. *Anais XVI Seminário de História da Arte*. Centro de Artes da UFPEL, 2018.

ISABELLE, Arsène. *Voyage á Buenos Aires et á Porto-Alégre par la Banda Oriental, Les Misstons D'Uruguay et la Protince de Rio Grande Do Sul* (de 1830 a 1834); Havre, 1835.

KENT, Michael e SANTOS, Ricardo Ventura. Os “Charruas vivem” nos Gaúchos: a vida social de uma pesquisa de “resgate” genético de uma etnia indígena extinta no sul do brasil. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 341-372, jan./jun. 2012.

LAGO, Pedro Corrêa; PESSOA, Ana; BANDEIRA, Julio. *Pallière e o Brasil: obra completa*. São Paulo: Capivara, 2011.

LINARI, Gabriel P. *Pintura Uruguaya*. Buenos Aires: Ed. Grupo Velox, 1999.

MARQUES, Fátima; NEVES, Jorge & LEMOS, Nuno. *100 anos de cinema de animação: 1892-1992*. Vila Nova de Gaia : Cartoon Portugal, D.L. 1992.

MARTINS, Tadeu. *Exemplário gaúcho*. Porto Alegre: Martins Livreiro, s/data.

NEGREIROS, José de Almada. *Desenhos animados, realidade imaginada*. Editorial Ática, 1938.

NICHOLS, Madaline Wallis. *O gaúcho*. Rio de Janeiro: Livraria Editora Zélio Valverde, 1946.

_____. *El Gaucho*: Ediciones Peuser, Buenos Aires, 1953.

OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.

_____. O renascimento do gauchismo. In: GONZAGA, S.; FISCHER, L. A. (Coord.). *Nós, os gaúchos*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1993, p. 77-80.

PALLIÈRE, Jean. *Album Palliere: Escenas Americanas*. Buenos Aires: Librería L'Amateur, 1967.

PALLIÈRE, Jean León. *Diario de viaje por la América del Sud*. Buenos Aires: Ediciones Peuser, 1945.

RIOS FILHO, Adolfo Morales de los. *Grandjean de Montigny e a evolução da arte brasileira*. Rio de Janeiro: Empresa A Noite, 1941.

ROBERTS, Warren. Propaganda. In: SILVA, Benedito (coord.). *Dicionário de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1987. p. 1000-1001.

SADOUL, Georges. *História do cinema mundial: das origens aos nossos dias*. Lisboa: Livros Horizonte, 1959.

SANDMANN, Antônio José. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 1993.

SCARONE, Arturo. *El gaúcho: monografía sintética (histórico-literária)*. Montevideu: Maximino Garcia Editor, 1922.

TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

VEJO, Tomás Pérez. Nacionalismo e imperialismo en el siglo XIX: dos ejemplos de uso de las imágenes como herramienta de análisis histórico. In: AGUAYO, Fernando y ROCA, Lourdes. *Imágenes e Investigación Social*. México: Instituto Mora, 2007.

Vida de Grandes Argentinos. Buenos Aires: Ediciones Antonio Fossati, 1960.

VIDART, Daniel. El Gaucho In: *Enciclopedia Uruguaya*. Montevideo: Editores Reunidos, n. 7, 1968.

VIVEIROS, Paulo. *A imagem do cinema: história, teoria e estética*. 2.ed. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2005.

WILKE, Jürgen (ed.). *Propaganda in the 20th century: contributions to its history*. Cresskill: Hampton Press, 1998.



COLEÇÃO RIO-GRANDENSE

A **Cátedra Infante Dom Henrique para os Estudos Insulares Atlânticos e a Globalização** e a **Biblioteca Rio-Grandense** reuniram esforços para editar a *Coleção Rio-Grandense*. Mais meridional unidade político-administrativa brasileira, o Rio Grande do Sul, tem uma formação preñe em peculiaridades em relação às demais regiões do Brasil, estabelecendo-se uma sociedade original em vários de seus fundamentos. Da época colonial à contemporaneidade, a terra e a gente sul-rio-grandense foram edificadas a partir da indelével posição fronteiriça, resultando em verdadeira amálgama entre os condicionantes luso-brasileiros e platinos. A *Coleção Rio-Grandense* tem por intento fundamental a divulgação da produção intelectual acerca de variadas temáticas versando sobre o Rio Grande do Sul, com preferência para as abordagens de natureza cultural, histórica e literária.



CIDH

Cátedra Convivida FCT / Infante Dom Henrique
para os Estudos Insulares Atlânticos e a Globalização



BIBLIOTECA
RIO-GRANDENSE

ISBN: 978-85-67193-32-8

