

Recebimento: 30/04/2019  
Aceite: 30/05/2019

## **RURALIDADE E MUDIATIZAÇÃO: AS TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS DAS SOCIEDADES RURAIS PELAS PRÁTICAS COMUNICACIONAIS CONTEMPORÂNEAS**

## **RURALITY AND MEDIA DISSEMINATION: CULTURAL TRANSFORMATIONS IN RURAL SOCIETIES EFFECTED BY CONTEMPORARY COMMUNICATION PRACTICES**

Kátia de Lourdes Fraga<sup>1</sup>  
Ana Louise de Carvalho Fiúza<sup>2</sup>

### **Resumo**

Por meio de revisão teórica e análise de pesquisas, este artigo busca verificar o alcance das novas práticas de comunicação em rede no universo da ruralidade e os possíveis desdobramentos dessa conexão do campo com a mídiatização. É notório como os modos de vida no mundo contemporâneo estão imbricados com as conexões proporcionadas pela “sociedade mídiatizada”. Propõe-se neste artigo analisar a relação dos moradores de sociedades rurais com a “sociedade em rede”, mediante processos que podem revelar uma “aculturação” dos seus costumes e práticas pela proximidade com a sociedade urbana; a manutenção de suas identidades locais; ou ainda, uma “hibridização” dos modos de vida rural e urbano. Para tanto, foram utilizados, neste estudo, os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, que abarcaram a população rural. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas apontam para transformações das práticas comunicacionais das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, ou seja, para uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

**Palavras-chave:** Comunicação. Hibridismo cultural. Aculturação. Nova Ruralidade. Rural em rede.

### **Abstract:**

This article seeks to verify, through theoretical review and researches analysis, the scope of the new practices of network communication in the universe of rurality and the possible unfolding of such countryside connection with the mediatization. It is noteworthy how the ways of life in the

<sup>1</sup> Doutora em Extensão Rural (UFV). Professora da Universidade Federal de Viçosa, Viçosa – MG, Brasil. E-mail: katiagraaufv@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (UFRRJ). Professora da Universidade Federal de Viçosa, Viçosa – MG, Brasil. E-mail: lousefiuza@gmail.com

contemporary world are imbricated with the connections provided by the "mediatized society." In this article we propose to analyze the relationship of the inhabitants of rural societies with the society in network, by mean of processes that can reveal a "acculturation" of their customs and practices by the proximity with the urban society; the maintenance of their local identities; or yet, a "hybridization" of rural and urban ways of life. For this purpose, were used in this article, the results of two national surveys on habits of the medias consume, which have covered the rural population. The data brings by the two presented researches point out for transformations of the communication practices of the people who live in the countryside, pointing to a networked rurality, that is, to a rural culture hybridized by mean of the new technologies.

**Keywords:** Communication. Cultural hybridity. Acculturation. New Rurality. Rural network.

## Introdução

As sociedades rurais tradicionais, imortalizadas nos personagens caipiras Jeca Tatu e Chico Bento – interpretadas de forma antológica por Amácio Mazzaropi, no cinema, e descritas nas obras literárias de Monteiro Lobato e Mauricio de Sousa – expressam um modo de vida datado. Isso porque, a sociedade rural no Brasil vem passando por profundas transformações sociais e econômicas, sobretudo, a partir dos anos de 1970, quando se intensificou o processo de modernização da agricultura. Mas é a partir dos anos de 1990 que esse processo se acentua de modo inaudito. A extensão da eletrificação rural para um contingente populacional cada vez mais abrangente, a difusão da industrialização, que interioriza empregos nos setores secundário e terciário da economia, e a expansão do alcance das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) acabam por contribuir para uma verdadeira reinvenção do rural. A partir do foco de nossa pesquisa, pode-se dizer que o processo de midiatização (SODRÉ, 1996) se propaga nas sociedades rurais, aprofundando as transformações culturais já em curso. A midiatização proporciona novas formas de comunicação e interação, promovendo mudanças nas relações interpessoais e no contato com o mundo. Isso acontece tanto na vida dos cidadãos quanto na dos rurais, assim como no relacionamento entre os dois, a partir da proximidade midiatizada entre o campo e a cidade.

O encontro entre culturas já foi tratado sob o viés de várias concepções teóricas, todavia, sintetizou-se para os fins desta investigação três vertentes teóricas: a primeira corrente teórica apresentada traz a perspectiva dos autores que apontam para o processo de “aculturação” das sociedades rurais, destacando a força expansiva da cultura urbana; a segunda corrente defende uma perspectiva oposta, baseada na possibilidade de “manutenção das especificidade culturais locais” mesmo mediante o estreitamento das relações entre o “campo” e a “cidade”; e a terceira corrente aponta para a perspectiva de um “hibridismo cultural” entre a “cultura rural” e a “cultura urbana-midiatizada”, que resultaria em uma mistura, uma mescla de elementos da cultura rural e urbana.

Propõe-se neste estudo analisar a relação dos moradores de sociedades rurais com a sociedade urbana, mediante processos que podem revelar uma “aculturação” dos seus costumes e práticas pela proximidade com a sociedade urbana; a manutenção de suas identidades locais; ou ainda, uma “hibridização” dos modos de vida rural e urbano. Para isso, buscou-se investigar, nesta pesquisa, a forma como a introdução das novas mídias no campo promoveu transformações na vida dos rurais. Assim, as transformações culturais das sociedades rurais serão analisadas neste estudo pelas práticas comunicacionais contemporâneas mediante o paradigma da “sociedade em rede” (CASTELLS, 2005), constituída a partir do advento das TIC, em substituição ao paradigma da comunicação em massa. É nesse cenário virtual que ocorre a disseminação das mídias que, segundo Silverstone (2002), nos ligam uns aos outros e estão presentes em todos os aspectos da nossa existência, nas nossas relações familiares e pessoais, em casa, no trabalho, ou em outros ambientes. É a midiatização presente no cotidiano contemporâneo.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na primeira parte, apresentamos as correntes teóricas e as discussões em torno do processo de interação cultural das sociedades rural e urbana. Na segunda seção, explicita-se a reflexão em torno da midiatização na sociedade contemporânea, apresentando os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias; e, em seguida, apresentam-se as considerações finais.

## A perspectiva teórica da urbanização das sociedades rurais

Segundo Rambaud (1969), a Cultura Urbana exerceria uma força expansiva, inclusive, sobre os modos de vida das sociedades rurais. Em seu livro *Société Rurale et Urbanisation*, ele discute a relação de proximidade entre campo e cidade a partir da reflexão sob a ótica das transformações enfrentadas pela sociedade rural na França, no Pós Segunda Guerra Mundial. O autor compreendia a urbanização como a invenção de um modo de vida que se tornaria universal, resultando na unidade do homem social, numa perspectiva de “aculturação”.

A urbanização se apresentaria, na perspectiva de Rambaud (1969), como um movimento complexo, econômico e social, que serviria como uma referência para que os rurais se aproximassem dos padrões de vida dos cidadãos, buscando maior conforto na casa, acesso aos meios de comunicação e de transporte. De acordo com o autor, a relação entre o modo de vida rural e o urbano seria marcada por tensões. Isso porque a difusão de novos padrões de vida dividiria opiniões e posturas entre os diversos grupos sociais existentes no campo. Rambaud destaca, nesse sentido, que a adesão dos jovens e mulheres a cultura urbana era maior que a dos homens adultos e idosos.

Saindo da realidade da França e vindo para o Brasil, Antônio Cândido (1964), no mesmo período que Rambaud, também desenvolveu uma pesquisa sobre o processo de urbanização das sociedades caipiras do interior paulista. Cândido realizou pesquisas para a sua tese de Doutorado dos anos de 1948 a 1954, buscando compreender as transformações das formas de vida dos caipiras paulistas, se aprofundando, sobretudo, na realidade encontrada no município de Bofete, antiga cidade de Rio Bonito, localizada no interior de São Paulo.

Em seu estudo, Cândido (1964) denominou os rurais como “caipiras”, termo que, para ele, expressa um “modo-de-ser”, um estilo de vida e não um tipo racial. O objetivo da pesquisa foi relatar o passado da sociedade caipira até o seu processo de transformação, de pressionamento pela sociedade urbano-industrial que se configurava no interior paulista dos anos de 1950. Para tanto, o autor se utilizou, grandemente, dos relatos dos idosos para identificar traços da cultura caipira tradicional dos tempos antigos.

Cândido descreveu a sociedade caipira tradicional destacando que as técnicas utilizadas por essa população eram desenvolvidas a partir do conhecimento dos recursos naturais locais, garantindo uma dieta compatível com uma economia de subsistência, numa vida social do tipo fechada, que permitia o equilíbrio entre o grupo e o meio. A alimentação, fundamental para sobrevivência dos caipiras tinha como princípios a coleta, a caça e a pesca, complementada pelo consumo da carne de porco e de pequenos animais, bem como do plantio de mandioca, milho e feijão. Cândido destaca que as formas elementares da sociabilidade caipira eram marcadas pela solidariedade, realizada através de mutirões para construção de casas, ajuda nas atividades da lavoura até no trabalho conjunto para realização de festejos. A cooperação nas festas e celebrações mobilizava as relações sociais, as quais se constituíam em parte integrante da cultura caipira.

Com o fenômeno da industrialização, da mecanização das atividades agrícolas, da abertura de mercados e da descentralização da economia, a vida do caipira paulista deixou de estar atrelada especificamente às condições tradicionais e passou a estar mais em contato com os padrões cidadãos. A influência da vida urbana, segundo Cândido (1964), passou a proporcionar benefícios como a oferta de bens de consumo dos mais variados, até a maior facilidade de acesso aos meios de transporte e de comunicação. Diante dessa penetração de bens de consumo, muitas vezes desconhecidos, os rurais começaram a constituir novas necessidades, mediante a intensificação dos vínculos com a cidade.

Alimentos, roupas, eletrodomésticos, aparelhos de comunicação, utensílios domésticos, produtos de beleza, veículos, dentre outros itens, passaram a se incorporar na dinâmica da vida familiar. Em contrapartida, as condições de compra dos antigos caipiras não acompanharam as ofertas do mercado. Os parceiros e sitiantes começaram a viver apertados em função dos compromissos assumidos. Isso representou uma mudança significativa na dinâmica de trabalho do agricultor. Ele passa a trabalhar de sol a sol, deixando de lado outras atividades de sociabilidade, como os encontros com amigos, a pesca, as festas e, até mesmo, as práticas de solidariedade como a ajuda a vizinhos. Essa mudança dos meios de vida dos caipiras paulistas, de uma economia fechada para um modelo capitalista gerou, enfim, uma crise social e cultural. A partir dessa tensão gerada pela urbanização, os caipiras paulistas apresentaram três formas de reação, de acordo com Cândido (1964): 1º) o caipira que procura enquadrar-se ao máximo às novas condições, representando a aceitação total dos novos valores por parte de um grupo; 2º) o que se apegava à vida tradicional,

procurando conciliá-la com as exigências do presente, significando a aceitação parcial dos novos padrões e 3º) o que era totalmente incapaz de ajustar-se as novas condições de vida, rejeitando, portanto, os novos padrões.

Para Cândido (1964), o caipira foi “condenado à urbanização” com as mudanças estruturais da sociedade rural provocadas pela industrialização, a expansão dos padrões de vida citadinos, a modernização da agricultura e a abertura do mercado interno para a economia mais ampla. Mesmo entendendo que o caipira não teria mais como manter as suas tradições na essência, bem como manter um padrão de vida anterior, Cândido defendeu que sem um planejamento “racional”, a urbanização do campo continuaria se processando de forma traumática cultural e socialmente. De todo modo, o autor percebeu que mesmo com as resistências em maior ou menor grau diante da expansão da urbanização, os elementos da cultura tradicional do caipira eram insuficientes “para garantir a integração satisfatória à nova ordem de coisas”, sendo a cultura caipira algo que seria superado pela incorporação dos rurais às condições de vida moderna (CÂNDIDO, 1964, p. 175).

### **A perspectiva teórica da nova ruralidade: a manutenção de especificidades culturais locais**

Wanderley (2001) e Carneiro (2008) podem ser consideradas duas das maiores expoentes brasileiras da corrente que defende a manutenção das especificidades culturais das sociedades rurais mesmo diante do processo de aproximação entre o campo e a cidade. Segundo as autoras, a dinâmica do mundo rural, em permanente processo de reestruturação, não tenderia ao seu esvaziamento social, econômico e cultural em função da expansão e generalização do urbano. As trocas ocorridas entre esses dois espaços não resultariam, assim, na descaracterização do rural. Mesmo diante da expansão da cultura urbana ao longo dos anos, as especificidades da cultura rural seriam mantidas.

Portanto, refutam a ideia de um *continuum* urbano-rural. Para as autoras, as transformações ocorridas no campo nas últimas décadas em função da expansão da sociedade urbano-industrial, não pode ser vista como o fim do rural, o fim da agricultura. Essa mudança, essa “modernização do rural” com o acesso a bens de consumo e de lazer, bem como às tecnologias voltadas para o trabalho no campo e o maior acesso aos meios de comunicação, dentro do padrão do conforto urbano, não promoveria uma homogeneização entre as duas culturas. As mudanças no campo não poderiam ser vistas sob o prisma de uma homogeneização ou na descaracterização de um sistema cultural e social, em função da sua “originalidade” e “autenticidade”. As novas “formas de sociabilidade e de relações sociais” não descaracterizaria estas especificidades das sociedades rurais (CARNEIRO, 2008). Nesse sentido, a “nova ruralidade” apresenta a percepção do rural como “patrimônio a ser usufruído e a ser preservado” (WANDERLEY 2009, p. 250).

Ao defender a permanência das diferenças culturais e sociais entre campo e cidade, Wanderley (2001) reforça a tese da capacidade do rural de permanência no mundo contemporâneo, como um espaço integrado, embora específico e diferenciado. As representações sociais reverberam nas identificações e reivindicações da vida cotidiana e na forma como o rural se torna um “ator coletivo”, constituído “a partir de uma referência espacial e inserido num campo ampliado de trocas sociais” (WANDERLEY, 2001, p. 32-33).

Essas trocas estabelecidas nas relações sociais seriam desenvolvidas numa “perspectiva de complementariedade e de integração, fazendo com que o mundo rural não seja mais compreendido de forma isolada do conjunto da sociedade a que pertence” (WANDERLEY, 2009, p. 18). Neste estudo, buscamos entender de que forma essas trocas interferem ou não na mudança dos modos de vida dos moradores do campo, sobretudo, numa perspectiva dos usos dos meios de comunicação. Seguindo essa perspectiva analítica seria prudente dentro do estudo proposto ao invés de buscarmos uma definição das fronteiras entre o “rural” e o “urbano” ou mesmo ignorar as diferenças culturais existentes neles, concentrar atenção, como propõe Carneiro (2008), no sentido e nos significados atribuídos às práticas sociais que promovem a interação (ou distinção) entre a cidade e o campo a partir do olhar dos atores sociais.

### **A perspectiva teórica do hibridismo cultural das sociedades rurais**

A perspectiva do “hibridismo cultural” ganhou força no século XX, quando diversos autores discutiram processos inter étnicos, que revelaram o cruzamento de fronteiras na era da globalização, observados nas fusões artísticas, literárias e comunicacionais. Canclini (2008), ao estudar tais

manifestações culturais se distanciou de outros autores que utilizavam categorias analíticas como “sincretismo” em questões relacionadas com religião e “mestiçagem” em temáticas trabalhadas, sobretudo, na área de história e de antropologia. Canclini (2008), utilizou em seu livro *Culturas Híbridas*, o conceito de “hibridismo cultural” para descrever como os processos que mantinham suas estruturas ou práticas de forma separada, se combinam para gerar algo novo, com novas estruturas, objetos e práticas. Com essa perspectiva, o autor ressaltou a noção de mistura, resultando no surgimento de algo novo, que não mantinha mais as especificidades culturais pré-existentes.

Assim, culturas antes específicas quando passavam por processos de hibridação não podiam mais ser consideradas “puras”. Segundo o autor, muitas vezes isso ocorria de modo não planejado, como nos processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Desses encontros interculturais, surgia, então, algo novo, diferente, fruto da criatividade individual e coletiva, seja nas artes, no desenvolvimento tecnológico ou na vida cotidiana. Isso implicava a ideia de reconversão cultural, o que aconteceria quando, por exemplo, um pintor se converte num *designer*. Ou, ainda, quando migrantes camponeses adaptam seus saberes para o trabalho e o consumo na cidade ou vinculam seu artesanato a usos modernos como atrativo para a clientela urbana. A reconversão seria uma síntese adaptativa, que refletiria um movimento de mudança cultural face ao encontro com novas influências culturais. Híbridos também seriam os operários que reformulam o seu modo de trabalhar face às novas tecnologias produtivas e os movimentos indígenas que demandam seus direitos na política transnacional ou no contexto ecológico e aprendem a utilizar estratégias comunicacionais por meio do rádio, da televisão e da *internet* (CANCLINI, 2008).

O século XX assistiu a uma multiplicidade de hibridizações: casamentos mestiços, fusões religiosas e musicais, dentre tantos outros fenômenos. Nesse sentido, para Canclini (2008), a modernização das culturas latino-americanas teria começado sob a forma de dominação colonial, mas depois com a industrialização e a urbanização, ocorreu o surgimento de algo novo, resultante do entrecruzamento de fronteiras. Para o autor, essas interações diminuíram distâncias e permitiram misturas interculturais na modernidade.

No que diz respeito ao meio rural, um exemplo interessante de hibridismo cultural é o mercado de produtos oriundos da roça. Em uma pesquisa realizada com marcas de produtos e serviços vinculados à roça, no Mercado Central de Belo Horizonte e durante o 4º Festival de Gastronomia e Cultura na cidade mineira de Gonçalves, Silveira (2015) identificou, através do consumo dos produtos que faziam referência à roça, expressivas mudanças no significado da palavra. A autora constatou que, a partir da década de 1990, esta palavra passou a incorporar significados inovadores e muitas vezes surpreendentes, demonstrando a flexibilização das fronteiras entre o campo e a cidade. Silveira (2015) cita alguns exemplos no seu estudo com essa conotação. Dentre eles, nome de estabelecimentos que formam uma combinação de sentidos relacionando a cidade com o campo como restaurantes (Pizza da roça) e festivais de música (*Roça'n'Roll* e *Roça in rio*).

Após a reflexão em torno das três correntes teóricas apresentadas, a referente à “aculturação”, a vinculada à “manutenção de especificidades culturais” e a do “hibridismo cultural”, defende-se, neste trabalho, a hipótese de que a cultura híbrida seria a vertente mais coadunada com o processo de aproximação entre campo e cidade. Considera-se, ainda, nesse sentido, que na atualidade, as mídias são fator decisivo para a constituição de modos de vida híbridos, que transcendem os limites geográficos, bastante enfraquecidos diante do sinal digital pervasivo. O fenômeno da digitalidade está se incorporando nos modos de vida em todos os cantos do planeta, inclusive, no campo. O maior acesso aos meios de comunicação, ampliando a oportunidade de conhecimentos e domínio das novas tecnologias, vem contribuindo consideravelmente para mudanças sociais, mas isso também representa desafios no sentido de que os atores sociais protagonizem suas lutas pela melhoria da qualidade de vida, pelo desenvolvimento local (TAUK SANTOS, 2016).

Defende-se como hipótese, neste estudo, que os modos de vida no campo passam por um processo de hibridização, fortemente vinculado a um rural conectado em rede. Assim, para ampliar essa discussão, na próxima etapa deste artigo, se abordará a articulação entre mídia e cultura, buscando abordar as práticas da sociedade contemporânea na perspectiva da midiaticização, apresentando-se, para tanto, os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, incluindo os rurais, para subsidiar a hipótese da hibridização dos modos de vida no campo, sob a perspectiva do rural em rede.



## Midiatização: a nova ordem social de existência

Ao se discutir as transformações ocorridas nas dinâmicas cotidianas dos rurais ao longo das últimas décadas, a comunicação ocupa um lugar central, sobretudo, pelas influências que propaga com a “comunicação de massa”, a “Sociedade da Informação” ou a “Sociedade Midiatizada”, na passagem do séc. XX para o XXI. Para Sodré (1996, p. 27), “a midiatização implica a progressão da mídia a um lugar de excelência na produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais”.

Na sociedade midiatizada as relações sociais são crescentemente articuladas em torno de conexões midiáticas e mobilizadas a partir de conteúdos que circulam em canais e plataformas interativas e permanentemente atualizadas. “É por meio dessas referências comunicacionais, conformadas no dia a dia, somadas às interfaces presenciais, que os indivíduos nas sociedades midiatizadas se localizam no mundo” (MARTINUZZO, 2013, p. 36). Dessa forma, fazem suas escolhas, constituindo imagens sobre tudo e todos que lhes interessam. Mídias tradicionais, como o rádio e a televisão, que antes eram vistos como canais ou veículos com ambiência própria, com códigos específicos, no mundo contemporâneo passam a operar dentro de um novo redimensionamento espaço-temporal, com o apoio das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação). A *internet* possibilitou o surgimento de ambientes abertos, virtualizados, com apoio de aparatos tecnológicos, como computador e telefone celular.

A midiatização representa uma “ordem de mediações socialmente realizadas”, uma forma de interação particular, que pode ser classificada como “tecnomediações”, uma espécie de “prótese tecnológica e mercadológica, um *medium*” (SODRÉ, 2006, p. 20). O advento das TIC proporcionou novas práticas sociais, com formas inovadoras de comunicação, utilizando o ciberespaço e a realidade virtual nas interações contemporâneas.

Essa nova modalidade de comunicação tem sido classificada também por “tecnocultura”, se constituindo em uma “reinvenção da cultura” diante do “campo comunicacional como instância de produção de bens simbólicos ou culturais, marcando a implantação de uma nova ordem social pelos dispositivos tecnológicos” (SODRÉ, 1996, p. 7). Trata-se de uma nova dimensão do funcionamento social, caracterizada pela intensa interatividade, que vem alterando costumes, crenças, e até mesmo afetos, por meio da “integração entre os mecanismos clássicos de representação e os dispositivos virtuais” (Sodré, 2006, p. 22). Nos estudos da comunicação e da cultura, o autor aponta a tecnocultura como um fator preponderante para as mudanças sociais, seja no contexto do trabalho, da ciência, da educação, da comunicação, do entretenimento, dentre outros. O espaço público, com forte tradição na comunicação de massa, nas últimas décadas passou a ser influenciado pela realidade virtual, revelando a interação que movimenta os “novos sujeitos sociais” (SODRÉ, 2006, p. 19).

Nesse contexto, os habitantes do campo, das aldeias e vilarejos, também são afetados pelas novas dinâmicas comunicacionais. Nessa modalidade contemporânea de práticas comunicacionais, o lugar privilegiado do rádio, mídia historicamente mais tradicional no mundo rural passou a ser dividido com outras mídias, emergindo novas formas de interação. Estas mudanças na forma dos sujeitos sociais se comunicarem com o mundo interferem no seu quadro de referências culturais, no convívio familiar e comunitário (Sodré, 2006).

O contato com novos modelos comunicacionais pode influenciar nas formas de os agentes sociais agirem. Os avanços que a tecnologia trouxe na associação entre a comunicação e a cultura apontam para as implicações das novas práticas comunicacionais nas mudanças nas sociabilidades. Assim como no processo da Revolução Industrial, que implantou maquinários para as mais diversas áreas, a tecnocultura passou a integrar veículos de comunicação tradicionais (rádio, televisão, jornais, revistas etc.) com outros aparatos tecnológicos, capazes de criar um ambiente de hibridização cultural.

Nessa identificação entre a comunicação e a cultura, a mídia ganha cada vez mais importância e centralidade como promotora da agenda coletiva, pautando as discussões do dia a dia, influenciando nas decisões sociais, políticas e econômicas do público consumidor. As pautas apresentadas nas informações veiculadas influenciam não somente no caráter normativo, mas, também, no aspecto emocional.

Segundo Sodré (2006, p. 22), esse agendamento informacional da midiatização influencia na construção da realidade social, entendida enquanto modelagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos, desde a mídia tradicional até a novíssima, com base na

interação em tempo real e na possibilidade de criação de espaços artificiais ou virtuais. Esse *modus operandi* da midiaticização implica “um novo modo de presença do sujeito no mundo”, abrindo espaço para uma “articulação hibridizante dos modos de vida de pessoas de diferentes origens geográficas”.

## Pesquisas sobre o consumo de TIC nos domicílios urbanos e rurais no Brasil

Essa abordagem teórica sobre a midiaticização da sociedade contemporânea permeia as discussões de duas pesquisas sobre o consumo de TIC nos domicílios urbanos e rurais no Brasil apresentadas nesta etapa do artigo. A primeira foi intitulada “Cultura e Tecnologias no Brasil: um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação”, também conhecida como “TIC Cultura”. Já a segunda pesquisa apresentada foi intitulada “O uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil”, também denominada “TIC Domicílios”, cujo objetivo foi mapear o acesso à infraestrutura e uso das TIC em residências urbanas e rurais no Brasil.

As duas pesquisas foram realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), que implementa decisões e projetos do Comitê Gestor da *Internet* do Brasil (CGI.br), responsável por coordenar e integrar as iniciativas e serviços da *Internet* no País.

A pesquisa intitulada “Cultura e tecnologias no Brasil” (TIC Cultura) objetivou investigar a interface entre as TIC e a cultura. O estudo evidenciou que a disseminação das TIC tem revolucionado os modos de vida da sociedade atual, gerando impactos de ordem econômica e também simbólica. A “TIC Cultura” apresentou indicadores para a compreensão de como o acesso e os usos que as pessoas fazem das TIC vêm modificando as práticas culturais no cotidiano da população e como vem ocorrendo a incorporação dessas tecnologias no funcionamento dos equipamentos culturais e na relação com seus públicos.

Para atingir os objetivos propostos na pesquisa “TIC Cultura”, a Cetic.br realizou levantamentos de dados qualitativos, em março de 2006, a fim de verificar os hábitos de consumo cultural, bem como a criação e difusão de conteúdos pela *internet*. O método de coleta de dados adotado foi a realização de entrevistas com grupos focais. Ao todo, foram formados 24 grupos focais em diferentes regiões do país. As variáveis foram elencadas sob a perspectiva do que mais influenciava nas práticas culturais da população. Assim, considerou-se: a classe social, a escolaridade, a região geográfica e a faixa etária. Ser usuário de *Internet* e ter utilizado a rede nos últimos três meses foi o requisito prévio para participação dos grupos focais, cujo convite foi feito por telefone para que as pessoas selecionadas comparecessem na data e no local especificados pelos pesquisadores. Profissionais do “Ibope Inteligência” realizaram o recrutamento e a pesquisa de campo. Cada grupo focal contou com a participação de sete a nove integrantes e as entrevistas tiveram a duração de 90 a 120 minutos.

Quatro dimensões analíticas englobaram o roteiro de perguntas utilizado nos grupos focais: 1<sup>a</sup>) o acesso (acesso às informações sobre bens e conteúdos culturais e o papel da *internet* nesse cenário); 2<sup>a</sup>) econômica (utilização da *internet* para aquisição de conteúdos culturais); 3<sup>a</sup>) diversidade (a influência da *internet* na diversidade de conteúdo ou produtos de origem regional, nacional ou internacional) e 4<sup>a</sup>) a dimensão criativa (analisar a *internet* como espaço de criação e compartilhamento de produções do universo cultural). Na dimensão de acesso, a análise dos resultados levou em consideração o papel da *Internet* como local de consumo de conteúdos culturais e de trocas de informação sobre essa vertente por parte dos usuários. Verificou-se que as TIC proporcionam a ampliação do acesso a bens e produtos culturais em função da ampliação das possibilidades de escolha das ofertas na rede e, também, pela flexibilidade de horário e pelo conforto do acesso na experiência de consumo individual no ambiente doméstico e em qualquer outro local.

Já a “TIC Domicílios 2016” foi uma pesquisa quantitativa, realizada por meio de aplicação de questionário. O plano amostral da TIC Domicílios utilizou informações do Censo do IBGE e levou em consideração os hábitos tecnológicos da população brasileira a partir de 10 anos de idade<sup>3</sup>. As entrevistas foram realizadas em áreas urbanas e rurais, com contato presencial, mediante aplicação de um questionário semiestruturado, aplicado por meio de tablets. O período de coleta de dados da “TIC Domicílios 2016” ocorreu entre novembro de 2016 e junho de 2017, sendo uma amostra correspondente a 23.721 entrevistas realizadas em 350 municípios das cinco regiões do país. Para a

<sup>3</sup> Informações obtidas em <http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>

análise dos resultados, o estudo adotou padrões da União Internacional de Telecomunicações (UIT) no acompanhamento das metas definidas pela Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (WSIS).

Segundo a pesquisa “TIC Domicílios 2016” 54% das residências brasileiras estavam conectadas à *internet*, o equivalente a 36,7 milhões de moradias. Em relação aos dados de 2015, houve um aumento de três pontos percentuais. No que diz respeito à área rural observou-se que esta proporção foi de 26% contra 59% de domicílios conectados à *Internet* na área urbana. Em relação à unidade de análise “indivíduo”, existiam 107,9 milhões de brasileiros conectados na *Internet*, o que correspondia a 61% da população com mais de 10 anos de idade, representando um crescimento de três pontos percentuais em comparação com 2015.

Tanto na área urbana quanto na zona rural, o acesso à *internet* nas residências aumentou consideravelmente. Destaca-se a crescente tendência de acesso à *internet* nas casas de quem reside no campo, representando um salto de 4% para 26%, o que sugere a existência de um rural em rede, uma ruralidade que busca novas possibilidades comunicacionais, mais ampliadas, para se contatar com o mundo, para se informar e entreter. No que diz respeito à pesquisa “TIC Domicílios 2016”, esta constatou que o celular foi apontado como o principal dispositivo de acesso à rede, representando 93% dos usuários de *Internet*; e o Wi-Fi é o tipo de conexão mais mencionado por 86% dos usuários entrevistados. A pesquisa também revelou que a proporção de domicílios com acesso à *Internet*, mas sem computador, dobrou em dois anos, passando de 7%, em 2014, para 14% em 2016 – o equivalente a 4,4 milhões de domicílios.

As pessoas que moram em áreas rurais têm diversificado seus hábitos midiáticos frente às novas oportunidades do ambiente virtual. Conforme os dados apresentados, elas realizam praticamente as mesmas atividades dos cidadãos na *internet*, com diferenças percentuais de 11 a 14%, demonstrando maior interesse em ouvir músicas, também assistir vídeos, programas, filmes e séries virtualmente. É a força crescente de um rural que acompanha e se beneficia com as novas facetas comunicacionais, consolidando cada vez mais sua presença nas redes informacionais e de entretenimento. De acordo com o gerente do Cetic.br, Alexandre Barbosa, o crescimento do acesso por dispositivos móveis tem ocorrido, principalmente “entre os domicílios das classes sociais menos favorecidas e em regiões que tradicionalmente apresentam conectividade mais restrita, como é o caso da região Norte e das áreas rurais”<sup>4</sup>.

Também na pesquisa “TIC Cultura” com grupos focais, a *Internet* apareceu como alternativa de entretenimento diante da baixa oferta de eventos e equipamentos culturais tanto nos pequenos municípios, quanto nas periferias das metrópoles, a exemplo do que foi relatado por um entrevistado: “é porque a maioria das coisas não tem aqui. No caso, cinema, essas coisas, não tem. Aí tudo depende da *Internet*”<sup>5</sup>. A população que vive em áreas periféricas nos grandes centros urbanos ou na zona rural dispõe de pouca ou nenhuma oferta de equipamentos culturais e a *Internet* ocupa essa lacuna, despertando cada vez mais o interesse desse público, como evidencia outro depoimento coletado na pesquisa “TIC Cultura”: “até o cinema tem muitos filmes que vêm para o cinema de Recife, mas não vêm pra cá, então na *Internet* você pode assistir os filmes que ainda estão no cinema”<sup>6</sup>.

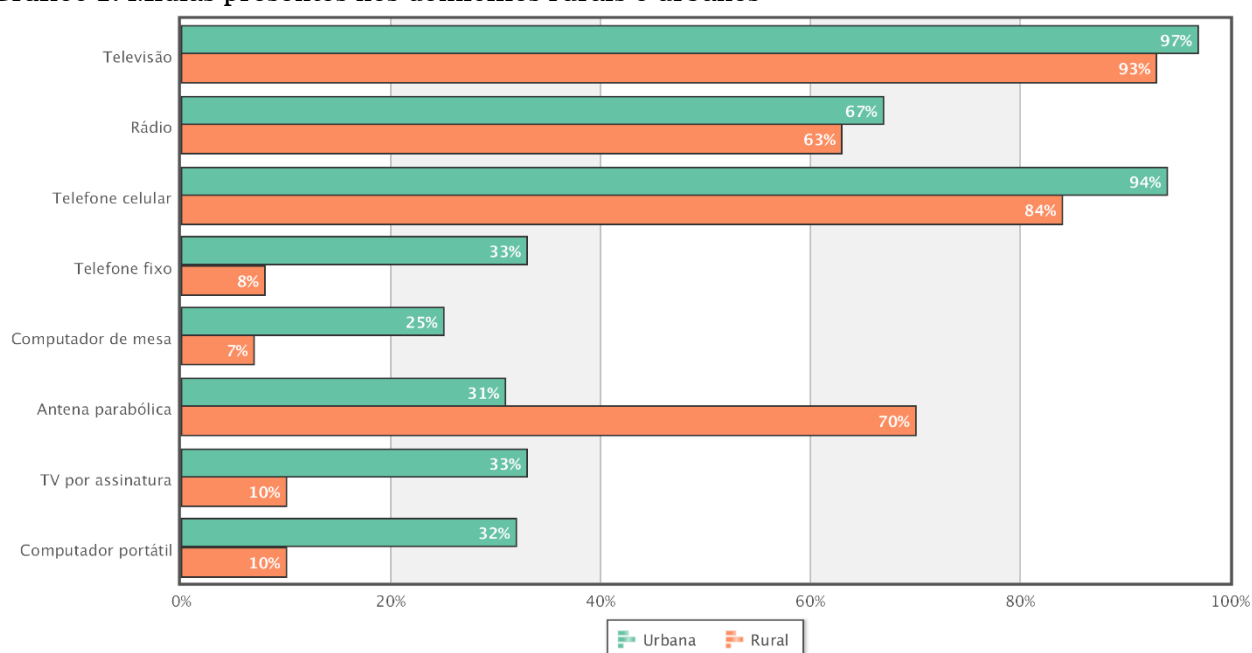
A variedade de opções de filmes, clipes, séries, atrai a atenção principalmente para o *YouTube*, como relata um respondente de Jaraguá, em Minas Gerais, na faixa de 45 a 60 anos, classe DE: “eu entro no *YouTube*, eu vejo alguns clipes no *YouTube*, eu procuro algumas coisas que eu quero”. Segundo Sodré (2006), isso aponta para a ampliação das formas de interação do sujeito com o mundo que o cerca. Todavia, mesmo o crescente acesso e uso da *Internet*, não descartou a permanência de meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão nos domicílios brasileiros, o que é notado nos resultados da pesquisa TIC Domicílios 2016.

<sup>4</sup> Depoimento registrado no site <http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>

<sup>5</sup> O depoimento é de um respondente de Presidente Figueiredo, no perfil de 22 a 26 anos, classes DE. Esse e outros relatos constam dos resultados apresentados na pesquisa divulgada na publicação online disponível em <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>

<sup>6</sup> Entrevistado residente em Vitória de Santo Antão, 15 a 17 anos, classes AB.



**Gráfico 1:** Mídias presentes nos domicílios rurais e urbanos

**Fonte:** CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

Os dados apresentados no Gráfico 1 demonstram a forma como os rurais buscam através das mídias que dispõem, no caso o celular, ter acesso aos conteúdos da *internet*. Isso aponta para uma conexão expressiva dos rurais ao mundo globalizado, visto que 69% dos entrevistados pela “TIC Domicílio 2016” na zona rural acessavam a *internet* pelo celular. O Celular é apontado na pesquisa como o principal dispositivo de acesso à rede, representando 93% dos usuários de *Internet*. Em relação à conexão pelo computador, esta prática tem diminuído.

Nesse espaço de multiplataformas, os rurais também demarcam lugar, com uso expressivo do celular como principal dispositivo de acesso a essa nova modalidade de interação com o mundo. O acesso à *internet* usando apenas o celular, na área rural, soma 69% dos usuários, bem maior que na área urbana, com 40%. Isso, possivelmente, em decorrência do aumento da infraestrutura da telefonia celular móvel disponibilizada, incluindo o celular rural, que contribuiu significativamente para possibilitar a nova modalidade comunicativa para moradores do campo, em sítios, povoados, fazendas, antes isolados e contando, em grande parte, somente com o rádio como veículo de comunicação.

É importante se considerar, no entanto, que além do acesso a blogs e sites diversos na *Internet*, o celular permite, também, o acesso a mídias tradicionais como a audição de rádio e a visualização de programas de televisão. Observa-se, assim, o hibridismo cultural que o celular vai mediando, ao disponibilizar, ao mesmo tempo, a combinação de informações, áudios e imagens vinculadas a mídias tradicionais em redes sociais, com outras modernas como o *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, dentre outras formas de acesso à rede. Pode-se constatar isso em alguns depoimentos:

No facebook eu sigo (referindo-se a artistas), então aparecem reportagens, aparecem documentários, do que vai acontecer. Sempre aparece para mim.

No facebook eu curto várias páginas assim, voltadas para o cinema. Tem aquela: *Vá ao cinema*. Tem a *Omelete* (Manaus, 30 a 40 anos, Classes AB).

Se algumas pessoas despertam atenção para informações sobre vida de artistas, de programação de cinema, por outro, alguns relatos de compartilhamento e divulgação demonstram o interesse na cultura local, conforme menciona um respondente de Anápolis, com perfil de 30 a 40 anos, Classe D: “tem o *WhatsApp* hoje também que te informa de tudo, eu mesmo estou com a

mensagem aqui do rodeio...a divulgação pelo *WhatsApp* de um rodeio que vai ter, eu gosto muito”. Percebe-se aqui novamente a força híbrida das práticas culturais, que inclui o aspecto comunicacional. É o depoimento de uma pessoa, como outras, que valoriza a cultura local dos rodeios e ao mesmo tempo utiliza a modernidade das TIC para acessar e difundir informações de seu interesse. Isso reforça a reflexão em torno da dimensão da diversidade, que analisou de que forma a *Internet* proporciona limitações ou potencialidades na diversidade de conteúdos consumidos. No caso de grupos focais da cidade de São Paulo, observou-se nos resultados que entrevistados de São Paulo consideraram que a indústria cultural de países desenvolvidos oferece produtos mais sofisticados e diversificados, o que resultaria numa condição superior. Já os respondentes do Nordeste e do Norte mostraram-se preocupados com a valorização das matrizes culturais locais diante da grande influência da cultura estrangeira.

O Museu do Frevo, digitalmente, ele é o máximo, mas o engraçado é que [...] está a cultura pernambucana ali dentro da tecnologia. Eu acho que precisa é você avançar nas condições nessa área e não esquecer o que você lembrou aqui; a cultura, as nossas origens, a gente tem que estar dentro disso daí (Recife, 45 a 60 anos, Classes DE).

é uma questão de cultura, assim, se a pessoa for amazonense mesmo, ela curte ou já curtiu um boi (Manaus, 30 a 40 anos, Classes DE).

No Sul do país, também surgiu a preocupação em torno da valorização da cultura regional, das tradições locais e nos relatos dos grupos focais eram mencionados artistas da região, exceto nas falas de jovens entre 15 e 17 anos. Para os analistas da pesquisa isso representa que as tecnologias “contribuem para a valorização e difusão da cultura local”. Isso vem ao encontro da reflexão apresentada na dimensão criativa, dando conta de que os assuntos, antes tratados marcadamente no ambiente presencial, tomaram uma dimensão virtual, conforme os relatos a seguir:

Eu gosto de postar fotos (Arcoverde, 22 a 26 anos, Classes DE).

Muita coisa da minha menina, que ela está descobrindo o mundo ainda, eu coloco (Arcoverde, 22 a 26 anos, Classes DE).

Era do meu ex-namorado. Aí a gente fazia vídeos juntos e, como a gente terminou o nosso namoro, eu tinha acesso ao canal e eu apaguei todos os vídeos, meu e dele (Goiânia, 15 a 17 anos, Classes A e B).

Portanto, informações, fotos e vídeos sobre viagens da família ou crescimento dos filhos, e outras questões do cotidiano pessoal passaram a ser compartilhados nas redes sociais. Ainda nas redes sociais, alguns respondentes disseram utilizar a *Internet* também para fazer negócios e obter algum dinheiro vendendo objetos pessoais nos classificados virtuais. O local preferencial para acessar a *Internet* é o próprio domicílio (92%). Outro hábito revelado pela pesquisa é o fato de as pessoas compartilharem não somente mensagens e imagens, mas também a conexão dos vizinhos, prática mais comum em domicílios localizados em áreas rurais (30%) e na região Nordeste (28%).

Em relação ao consumo de bens culturais, a TIC Domicílios 2016 revelou diferenças entre os moradores de áreas urbanas e rurais. Vídeos, programas, filmes ou séries são assistidos na *Internet* por 70% dos usuários residentes na área urbana, contra 56% registrados nas áreas rurais. Outra atividade muito comum na rede é a audição de músicas, praticada por 64% dos usuários de áreas urbanas e 53% de áreas rurais. Ainda segundo a declaração do gerente da Cetic.br, as desigualdades estão ligadas ao tipo de atividade realizada e, conseqüentemente às condições de infraestrutura, a exemplo de *streaming* de vídeo, que demanda velocidades de banda mais alta. Quando a *Internet* é compartilhada, a velocidade é ainda menor. De uma maneira geral, a TIC Cultura revelou que, tanto em capitais quanto em cidades de pequeno porte ou de regiões mais periféricas, tem sido ampliado o acesso a conteúdos culturais, principalmente audiovisual e música. Uma questão central para este artigo é a constatação da TIC Cultura de que mídias tradicionais como o rádio e a televisão continuam presentes no cotidiano da população, numa nova forma de convivência híbrida, dividindo espaço com mídias mais contemporâneas.

## Considerações finais

Longe do estereótipo de um mundo rural insulado no seu universo rústico, personificado em expressões literárias do Jeca Tatu ou Chico Bento, percebe-se na atualidade uma ruralidade imbricada numa sociedade midiaticizada, constituída em redes na nova ordem social. Nosso estudo objetivou, então, identificar a transformação da ruralidade contemporânea a partir do paradigma da midiaticização, ou seja, da presença das mídias no dia a dia do campo, apontando suas possíveis reverberações.

Nesse sentido, apresentamos aportes teóricos que apontam para três possibilidades de conformação do rural com relação à sua exterioridade geográfica. Em contato com o diverso socioeconômico e político-cultural, o rural pode sofrer uma “aculturação aos modos de vida urbano” ou, pelo contrário, “manter suas especificidades culturais” ou mesmo constituir-se como um rural híbrido.

Entende-se a ruralidade como a experiência do rural, um modo de viver no campo. As fronteiras geográficas antigamente delimitavam muito claramente o campo da cidade, entretanto, na contemporaneidade representam muito menos diante da onipresença midiática. Antes, as experiências de contatos tinham caráter interpessoal, sendo majoritariamente marcadas pelos encontros presenciais. Com as mídias digitais, ou as redes de mídias, a nossa experiência tem a potencialidade do mundo, ou do alcance que a rede estabelece. Pode-se estar localizado geograficamente num único ponto, mas as nossas possibilidades de experiências da vida estão abertas às inúmeras ou incontáveis conexões que podemos estabelecer via redes de mídias. Assim, a limitação da presença geográfica é relativizada pelas conexões midiaticizadas. Podemos viver no campo, mas não necessária e estritamente à vida no campo, a partir das conexões midiáticas que instituímos.

As pesquisas sobre hábitos de consumo apresentadas, apontaram o crescimento do acesso à *Internet* no Brasil, tendo o celular como o principal dispositivo para as pessoas se conectarem à rede. Este foi também o equipamento mais utilizado por indivíduos das áreas rurais e das classes menos favorecidas economicamente. Isso significa que as pessoas que moram no campo estão cada vez mais conectadas com as novas tecnologias, com o mundo virtual.

Isso demonstra a nova forma de presença do sujeito no mundo conformado em redes, no contexto da midiaticização. O hibridismo cultural dos rurais ganha plausibilidade em função da presença das TIC nas sociedades rurais. O celular e outros dispositivos eletrônicos com *Internet* permitem a audição de rádio, a visualização de programas de televisão, disponibilizam informações e imagens em redes sociais, com destaque para o Facebook, WhatsApp, Instagram, e em outras formas de acesso na rede, colocando o sujeito em conexão com a aldeia global. Essa realidade virtualizada inclui moradores da cidade e do campo, num universo midiático contemporâneo.

Todavia, em vez de acirrar disputas e descartes, as TIC parecem estar promovendo uma maior possibilidade de escolhas tanto de dispositivos e meios de comunicação como em relação a possibilidade do uso simultâneo desses aparatos tecnológicos. Assim, pode-se verificar a configuração do hibridismo cultural, tanto na disponibilidade de todo o tipo de oferta midiática, quanto nos usos dos recursos disponibilizados. Assim, estão abertas as possibilidades de acessos simultâneos ou simplesmente a uma variedade de mídias disponíveis na rede, sem que uma descarte a outra. E, ao mesmo tempo em que as pessoas buscam mais alternativas de entretenimento e informação, observa-se a manutenção da presença de mídias tradicionais no cotidiano dos rurais como o rádio e a televisão. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas apontam para transformações da sociedade rural por meio das mudanças dos modos de comunicação das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, para uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

## Referências

Canclini, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.

CÂNDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito**. Estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1964.

CARNEIRO, Maria José. Do “rural” como categoria de pensamento e como categoria analítica. *In: Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2012.

CARNEIRO, Maria José. “Rural” como categoria de pensamento. *Ruris*, v. 2, n. 1, mar. 2008.

CARNEIRO, Maria José. Ruralidade: novas identidades em construção. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 11 de outubro, 1998:53-75. Acesso em: 26 jan. 2018.

CARNEIRO, Maria José; PALM Juliano Luís. **Modos de vida de agricultores familiares de montanha: um estudo de caso em São Pedro da Serra – Nova Friburgo - RJ**. *Iluminuras*, Porto Alegre, v. 17, n. 41, jan./jun. 2016.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2016**. Disponível em <http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 2 nov. 2017.

**Cultura e tecnologias no Brasil [livro eletrônico]: um estudo sobre as práticas culturais da população e os usos das tecnologias da informação e comunicação/ Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br – São Paulo**. Comitê Gestor da *Internet* no Brasil, 2017. Disponível em <http://cetic.br/puclizacao/cultura-e-tecnologia-no-brasil> (Acesso em 31 de nov. 2017).

Martinuzzo, José Antonio. **Seis questões fundamentais da comunicação organizacional estratégica em rede**. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

RAMBAUD, Placide. **Société Rurale et Urbanisation**. Paris: Ed. du Seuil, 1969.

SILVEIRA, Lidiane Nunes da. **Roça, uma marca registrada: o processo de valorização do rural na sociedade brasileira**. Viçosa, MG, 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2001.

Sodré, Muniz. **Reinventando a Cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

Sodré, Muniz. Etnicidade, campo comunicacional e midiatização. *In: MORAES, Dênis de (org.). Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

TAUK SANTOS, M. S. Itinerários teóricos da comunicação e educação para o desenvolvimento local. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v.12, n.4, p 31-43, dez./2016, Taubaté, SP.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. A ruralidade no Brasil moderno. Por um pacto social pelo desenvolvimento rural. *In: GIARRACCA, Norma. Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires: CLACSO, 2001, p.31-44.. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rural/wanderley.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. **O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.



*Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.*