

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE CIÊNCIAS E ENGENHARIA

Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento

JULIANA CORREA BERNARDES

**DA CIDADE AO CAMPO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO JOVEM
URBANO RURALIZADO**

Tupã – SP

2017

JULIANA CORREA BERNARDES

**DA CIDADE AO CAMPO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO JOVEM
URBANO RURALIZADO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Câmpus de Tupã, como requisito para obtenção do título de Mestre em Agronegócio e Desenvolvimento.

Área de concentração: Agronegócio e Desenvolvimento

Linha de pesquisa: Meio Ambiente e Desenvolvimento

Orientadora: Prof.^a Dra. Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

Coorientadores: Prof.^a Dra. Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani e Prof.^a Dra. Lorena Cândido Fleury

Tupã - SP

2017

Ficha catalográfica

B456d

Bernardes, Juliana Correa.

Da cidade ao campo: análise das características do Jovem Urbano Ruralizado / Juliana Correa Bernardes – Tupã, 2018.
129 f.

Dissertação (Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento) – Faculdade de Ciências e Engenharia – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 2018.

Orientador: Profa. Dra. Cristiane Hengler Corrêa Bernardo.
Co-orientadora: Profa. Dra. Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani.
Co-orientadora: Profa. Dra. Lorena Cândido Fleury.

1. Cultura rural. 2. Jovem urbano ruralizado. 3. Estereotipo. I.
Autor. II. Título.

CDD 300



CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO DA DISSERTAÇÃO: DA CIDADE AO CAMPO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO JOVEM URBANO RURALIZADO

AUTORA: JULIANA CORREA BERNARDES

ORIENTADORA: CRISTIANE HENGLER CORRÊA BERNARDO

COORDENADORA: ANA ELISA BRESSAN SMITH LOURENZANI

COORDENADORA: LORENA CÂNDIDO FLEURY

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Mestra em AGRONEGÓCIO E DESENVOLVIMENTO, pela Comissão Examinadora:

Profa. Dra. CRISTIANE HENGLER CORRÊA BERNARDO
Coordenadoria do Curso de Administração / Faculdade de Ciências e Engenharia - FCE - UNESP - Tupã/SP

Prof. Dr. RICARDO CÉSAR GONÇALVES SANT'ANA
Coordenadoria do Curso de Administração / Faculdade de Ciências e Engenharia - FCE - UNESP - Tupã/SP

Profa. Adj. MARIA CRISTINA GOBBI
Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC - UNESP - Bauru/SP

Tupã, 22 de fevereiro de 2018

Dedicatória

Ao meu pai Dirson (*in memoriam*), que semeou amor e princípios no meu roçado, fazendo de mim um jardim colorido. E a minha mãe, Dalva, cuja convivência me desafiou a ser forte e persistente.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me faz ser forte e que me presenteou com amigos cujos os laços transcendem esta vida.

À minha sobrinha Luísa, que mesmo quando não era possível lhe dar atenção, sentava-se ao meu lado e inventava lições só para me fazer companhia.

À querida prof.^a Cristiane, que permitiu que essa orientação fosse além dos protocolos acadêmicos. Agradeço desde as correções ortográficas até as longas conversas sobre a vida. Obrigada por me acolher no seu coração e ser mãe, sem você não teria chegado aqui.

À prof.^a Ana Elisa, que compartilha brilhantemente seus conhecimentos e me motiva ser melhor a cada dia.

Ao prof. Ricardo, que é um dos maiores exemplos de integridade e perseverança que tive a honra de conhecer.

À prof.^a Maria Cristina, pelo seus saberes virtuosos e carinho por esse trabalho.

Ao prof. Timóteo, pela generosidade e por admiravelmente exercer o papel de ensinar.

Aos funcionários da Faculdade de Ciências e Engenharia, UNESP/Tupã, que não mediram esforços para me ajudar em diversas situações.

À minha irmã de coração Fernanda, que encheu a minha vida de leveza e doçura.

À minhas primas Mayara e Nathalia, e querida amiga Thaisa, que caminham comigo e não deixam com que eu me sinta sozinha.

Ao meu grande amigo Allan, por ser essencial na minha vida.

Ao querido amigo Fábio, que foi o primeiro a me dizer que era possível e aqui estamos.

Ao amigo Mike, que acreditou nesse trabalho.

Aos meus amigos do mestrado, por compartilhar conhecimentos e vivências.

Aos grupos de pesquisa CoDAF, PGEA, e extensão *Kamby* pelos encontros e construções.

Aos amigos e produtores do Proleite, pelo apoio e por compartilharem sabedoria, e a Capes pela bolsa de fomento.

Se hoje sou alguém melhor, foi porque convivi com todos vocês.

Epígrafe

‘[...] Só levo a certeza
De que muito pouco sei
Ou nada sei
Conhecer as manhãs
E as manhãs
O sabor das massas
E das maçãs
É preciso amor
Pra poder pulsar
É preciso paz pra poder sorrir
É preciso a chuva para florir
Penso que cumprir a vida
Seja simplesmente
Compreender a marcha
E ir tocando em frente
Como um velho boiadeiro
Levando a boiada
Eu vou tocando os dias
Pela longa estrada, eu vou
Estrada eu sou [..]
Todo mundo ama um dia
Todo mundo chora
Um dia a gente chega
E no outro vai embora
Cada um de nós compõe a sua história
Cada ser em si
Carrega o dom de ser capaz
E ser feliz.’

(Tocando em frente – Almir Sater e Renato Teixeira)

BERNARDES, Juliana Correa. **Da cidade ao campo: análise das características do Jovem Urbano Ruralizado** 2017. 129 folhas. Dissertação de Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento – Faculdade de Ciências e Engenharia, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Tupã, 2017.

Resumo

Apesar de residir na cidade, ter acesso às novas tecnologias e tendências que a conecta com o mundo globalizado, uma parcela da juventude urbana leva um modo de vida que apresenta características advindas do ambiente rural. Tais características envolvem gostos, vestimentas, meios de transporte, lazer voltado para rodeios, festas do peão, culinária caipira, dentre outros. Nesse contexto, esta pesquisa objetiva caracterizar o jovem urbano ruralizado, proposto a partir do seguinte problema: quais são as características do jovem urbano ruralizado? Utilizará para isso a metodologia netnográfica e um questionário semi-estruturado. A partir da identificação das características do jovem urbano ruralizado, conceito desenvolvido nesta pesquisa; percebe-se um público ainda não assistido por políticas públicas que visem a promoção de atividades agropecuárias. Identificar esse jovem e suas características foram importantes para que pesquisas futuras possam compreender o motivo pela busca da ruralidade e auxiliar na elaboração de políticas públicas voltadas para o público jovem, tornando o ambiente rural mais atrativo para este. Notou-se que cultura rural atual, elemento de interação na fusão do espaço rural com o espaço urbano, está cada vez mais presente no dia a dia dos jovens residentes na cidade, influenciando sua participação no mundo ruralizado e compartilhando os mesmos interesses e disseminando hábitos próprios da nova ruralidade.

Palavras-chave: Rural-urbano. Cultura Rural. Jovem Urbano Ruralizado. Ambiente Rural-Urbano. Estereótipo Rural.

BERNARDES, Juliana Correa. From the city to the field: analysis of characteristics of the Ruralized Urban Youngsters. 2017. 129 pages. Master's degree dissertation in Agribusiness and Development – São Paulo State University (UNESP), School of Sciences and Engineering. Tupã, 2017.

ABSTRACT

Although young people are living in cities, so that, it allows them to access new technologies and trends that connect them to the globalized world, a large part of the urban youngsters assume a lifestyle that has characteristics of the rural environment. Such features involve musical styles, clothing, transportation, preference for large animals, leisure, such as rodeos, bull rider parties, rustic cuisine, among others. In this context, the objective of this research is to characterize the ruralized urban youngsters, proposing the following problem: what are the characteristics of the ruralized urban youngsters? It will use an ethnographic methodology and a semi-structured questionnaire. From the identification of their characteristics, the concept developed in this research; it has been noticed a public that hasn't been attended by public policies that promote agricultural activities yet. To identify this young person and his/her characteristics was important so future researches can comprehend the reason they search for this rurality and contribute in the elaboration of new public policies that can turn the rural sphere more attractive to be them. It has been noticed that the current rural culture, an element of interaction in the fusion of rural space with urban space, is increasingly present in the young city resident' day-by-day, influencing their participation in the rural world as they sharing the same interests and disseminating typical habits of the new rurality.

Key Words: Urban-Rural. Rural Culture. Ruralized urban youngsters. Rural-Urban Environment. Stereotype Rural.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fases da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS)	08
Figura 2 – Passo a passo da fase A – Entrada	11
Figura 3 - Passo a passo da fase B – Processamento	12
Figura 4 - Estereótipo do Cowboy Norte Americano	56
Figura 5 - Jovem Urbano Ruralizado da atualidade	56
Figura 6 - Jovens Urbanos Ruralizados estereótipos do cowboy brasileiro moderno	58
Figura 7 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 03 a 30 de outubro de 2017.....	68
Figura 8 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 24 a 30 de outubro de 2017.....	69
Figura 9– Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 02 a 08 de dezembro de 2016.....	70
Figura 10 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 12 de dezembro de 2017 a 08 de janeiro de 2018.....	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Proporção populacional por domicílio, Brasil 1950/2010.....	71
Gráfico 2 – Interação de pessoas na comunidade X	64
Gráfico 3 – Interação de pessoas na comunidade Y	64
Gráfico 4 – Interação de pessoas na comunidade Z	65
Gráfico 5 – Atuação profissional dos jovens da categoria 1 no ambiente rural.....	92
Gráfico 6 – Utilização da vestimenta <i>country</i> dos jovens da categoria 1.....	92
Gráfico 7 – Grau de importância para os aspectos: esportes rurais, shows sertanejos, eventos agropecuários e culinária caipira, apontados pelos jovens da categoria 1	95
Gráfico 8 – Grau de importância para os aspectos: turismo rural, vestimenta <i>country</i> , amor pelos animais de grande porte (cavalos e bovinos) e veículos utilitários, apontados pelos jovens da categoria1.....	96
Gráfico 9 – Grau de importância para os aspectos: profissões relacionadas ao ambiente rural, paisagem rural e linguagem rural (modo de falar, gírias e sotaque), apontados pelos jovens da categoria 1.....	98
Gráfico 10 – Envolvimento dos jovens da categoria 1 com a cultura rural	99
Gráfico 11 – Atuação profissional dos jovens da categoria 2 no ambiente rural.....	102
Gráfico 12 – Relação com a utilização da vestimenta <i>country</i> dos jovens da categoria 2	103
Gráfico 13 – Grau de importância para os aspectos: esportes rurais, shows sertanejos, eventos agropecuários e culinária caipira, apontados pelos jovens da categoria 2.....	105
Gráfico 14 – Grau de importância para os aspectos: turismo rural, vestimenta <i>country</i> , amor pelos animais de grande porte (cavalos e bovinos) e veículos utilitários, apontados pelos jovens da categoria 2.....	107
Gráfico 15 – Grau de importância para os aspectos: profissões relacionadas ao ambiente rural, paisagem rural e linguagem rural (modo de falar, gírias e sotaque), apontados pelos jovens da categoria 2.....	108
Gráfico 16 – Envolvimento dos jovens da categoria 2 com a cultura rural.....	109

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo para a construção do passo-a-passo da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS).....	09
Quadro 2 – Resultados do processo de filtragem e seleção dos artigos, dissertações/teses/livros de interesse no Periódico CAPES.....	15
Quadro 3 – Resultados do processo de filtragem e seleção dos artigos, dissertações/teses/livros de interesse no SciELO Brasil.....	17
Quadro 4 – Resultados do processo de filtragem e seleção dos artigos, dissertações/teses/livros de interesse no <i>Web of Science</i>	19
Quadro 5 – Resultados do processo de filtragem e seleção das dissertações/teses/livros de interesse no <i>Google Acadêmico</i>	21
Quadro 6 – Análise dos índices de relevância (Qualis e SJR) dos 24 artigos selecionados para a elaboração da RBS.....	25
Quadro 7 – Relação das dissertações selecionados para a elaboração da RBS.....	28
Quadro 8 – Análise do objetivo principal e metodologia de cada um dos 32 documentos selecionados para a elaboração da RBS.....	35
Quadro 9 - Características sistemáticas dos grupos da Rede Social Facebook. ...	61
Quadro 10- Características do Jovem urbano ruralizado.....	99

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

RBS	Revisão Bibliográfica Sistemática.
CAPES	Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior.
SCIELO	<i>Scientific Eletronic Library Online.</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação.
IIAC	Instituto Interamericano de Cooperação a Agricultura.
ABC	Agência Brasileira de Cooperação.
NEAD	Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural.
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário.
REAF	Reunião especializada sobre Agricultura Familiar.
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.
PRONERA	Programa Nacional de Educação a Reforma Agrária.
ANTDJ	Agenda Nacional de Trabalho Decente para a Juventude.
CPJR	Comitê Permanente da Juventude Rural.
PNCF	Programa Nacional de Crédito Fundiário.
NPT	Nossa Primeira Terra.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
CAF	Cadastro Nacional de Agricultura Familiar.
UFDA	Unidades Familiares de Produção Agrária.
SAF	Secretária especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário.
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego.
PRONACAMPO	Programa Nacional de Educação no Campo.
SIC	Subprojetos de Investimentos Comunitários.
ATER	Assistência Técnica e Extensão Rural.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA (RBS) NA CONSTRUÇÃO DO CONCEITO JOVEM URBANO RURALIZADO	23
1.1 Metodologia da RBS	23
1.2. A. Entrada – Seleção dos artigos de interesse.....	26
1.2 B. Processamento – Seleção dos artigos de interesse	27
1.2 C. Saída – Relatório da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS).....	44
1.2. Diretrizes obtidas na RBS	55
2 DICOTOMIA ENTRE ESPAÇO RURAL E ESPAÇO URBANO EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO	56
2.1 Discussões conceituais do espaço rural e urbano	58
2.2 Processo comunicacional: barreiras no contexto rural e urbano	63
3 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O JOVEM E O EXÔDO RURAL	65
4 A MÍDIA E A CRIAÇÃO DOS ESTERÉOTIPOS	69
5 METODOLOGIA	74
6 CARACTERIZAÇÃO DO JOVEM URBANO RURALIZADO	76
7 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO JOVEM URBANO RURALIZADO	90
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS	117
APÊNDICE A	127

INTRODUÇÃO

A sociedade atual apresenta padrões de comportamento que variam de acordo com diversos aspectos, dentre eles os reflexos da cultura local. No entanto, antes de se ponderar sobre as consequências culturais oriundas das transformações dos espaços rural e urbano, é preciso compreender os fatos que influenciam diretamente as tentativas conceituais de diferenciação entre tais espaços.

De acordo com Reis (2006), no início do século XX a composição da sociedade brasileira era amplamente rural, neste sentido, em paralelo com o significativo crescimento populacional e econômico no país, principalmente, entre as décadas de 1940 e 1980, notou-se a inversão da distribuição populacional entre as áreas rurais e urbanas, de modo que o esvaziamento das áreas rurais e o crescimento desenfreado das cidades tornaram-se reflexos de um novo Brasil.

A passagem do modo de vida rural para o urbano desencadeou uma ruptura na organização destes núcleos sociais. Quanto mais se multiplicava a vida na cidade, mais perdiam forças os ciclos comunitários do rural. De acordo com as reflexões marxianas e weberianas, a ascendência social foi originada na transição da vontade natural para a vontade arbitrária. Em termos espaciais, ocorreu na submissão do campo à vida na cidade e, em termos de sociabilidade, se deu no enfraquecimento das tradições e costumes originados pelo poder do capital e o do interesse na dinâmica da vida na cidade grande (BRANCALEONE, 2008).

Tanto o espaço rural quanto o urbano têm passado por importantes ressignificação. Reflete-se sobre estes cenários e considera as dimensões sociais, econômicas, demográficas e políticas, de modo isolado, no entanto, a contemporaneidade, exige que se considere ainda o conceito de urbanidade e ruralidade, os quais se apoiam na complexidade das referências territoriais, socioculturais, econômicas e políticas, presentes em um mesmo contexto.

Lindner *et al.* (2009) defendem que o processo de modernização da agricultura, seguido pela explosão do acesso aos meios de comunicação, influenciaram profundamente as transformações destes espaços, principalmente, nos vilarejos e pequenas cidades. Nesses locais há uma grande carga cultural, que pode ser traduzida por meio do apego às tradições, muito evidenciadas nas relações

sociais da população, suas festividades, gastronomia e economia. Esse conjunto de fatores representa a identidade social da comunidade, a qual reproduz o modo de vida do campo na cidade.

Inerente a esse cenário, Menezes; Stropasolas e Barcellos (2014), afirmam que há diversos desafios para a construção de políticas públicas para a juventude rural. A eficiência e o acesso a projetos já vigentes para o jovem do campo não atende a realidade de jovens oriundos de diversas realidades do rural, e até mesmo do jovem que quer migrar suas atividades profissionais para o campo, o que justifica a carência de pesquisas e discussões nessa área.

Por sua vez, a mídia, propulsora do compartilhamento comunicacional entre povos e nações, se apresenta como uma importante ferramenta para conectar diálogos e difundir informações, especificamente, a internet, ambiente no qual oferece ao espectador o recebimento e emissão de informações por meio de redes sociais. Aqui, ouve-se e se faz ouvido (BERNARDO; BERNARDES; QUEIROZ, 2016).

Nesse sentido, o surgimento de grupos característicos que representam um verdadeiro hibridismo cultural entre o ambiente rural e o urbano merece atenção de pesquisas em diversas perspectivas, sobretudo das Ciências Sociais, visto que tais grupos ainda são pouco explorados no que tange as suas posturas e, principalmente, na compreensão dos fatores que levam a sua constituição.

Representantes desse hibridismo percebe-se que, na parcela da população considerada jovem¹, há um grupo, bastante significativo, principalmente em cidades interioranas que, apesar de residir na cidade, ter acesso às novas tecnologias que o conecta com o mundo globalizado e com as facilidades de informação e comunicação obtidas por meio do mundo digital, adota, como estilo de vida, características advindas da zona rural.

Tal adoção acaba gerando um grupo de jovens com um estereótipo construído a partir de atributos que caracterizam o habitante da zona rural. Como principais características, destaca-se o uso de acessórios que, para o homem rural tem funções distintas das que são percebidas pelo jovem urbano, como o chapéu, que no campo serve como proteção contra as intempéries (sol, chuva, ventos, entre

¹ Adotou-se o conceito jovem de acordo com o Estatuto da Juventude - Lei 12.852 devido a sua força normativa, no qual determina jovem aquele indivíduo que tem idade entre 15 a 29 anos.

outras manifestações climáticas) e na zona urbana é usado como adereço. Assim, como esse exemplo, pode-se citar ainda a camionete que serve como meio de transporte utilitário no campo e, na cidade, ganha sinônimo de *status*; as fivelas dos cintos, as botas, o canivete, entre outros que acabam, em conjunto, construindo uma moda que evidencia um estilo que aqui se denomina de “urbano ruralizado” (BERNARDES; BERNARDO, 2015).

Ressalta-se que essa caracterização não está restrita à moda, mas também absorve outros traços socioculturais como, por exemplo, o gosto musical que elevou a música de raiz, a sertaneja e, especificamente, junto ao público jovem, o sertanejo universitário, a figurar como um dos ritmos mais tocado no Brasil, assim como a evolução no uso dos animais de grande porte, sobretudo os cavalos e os touros para montarias. Tais traços modificam costumes e originam redes socioeconômicas entrelaçadas ao universo rural que são responsáveis por gerar uma grande fonte de empregos diretos e indiretos, movimentando a economia do setor agropecuário.

Atualmente, os rodeios e eventos agropecuários estão relacionados ao trabalho, ao esporte e ao lazer, de modo que a qualidade de vida é retratada num contexto socioambiental, aproximando a sociedade desta cultura. Também assume esse mesmo papel, a linguagem, que, além das terminologias e gírias criadas a partir do rural, assume o sotaque típico do homem interiorano, de modo a enaltecer a pronúncia como uma reafirmação de pertencimento ao grupo.

O termo ‘Jovem Urbano Ruralizado’, cunhado por Bernardes e Bernardo (2015), refere-se a uma temática nova, responsável por caracterizar jovens que, embora não tenham um contato direto com a vida no campo, apresentam-se visualmente como um indivíduo do meio rural. São jovens que não têm relação anterior direta com o meio rural. Nunca residiram no campo e nem mesmo seus pais são oriundos de tal ambiente, no entanto, a cultura rural determina o seu comportamento.

É importante destacar que tal conceito, diferencia-se da terminologia já utilizada por outros autores e designada por rurbarano e que traz uma abordagem diversa do conceito apresentado por Bernardes e Bernardo (2015), proposto nesta dissertação. O Jovem Rurbarano é oriundo do ambiente rural e veio, geralmente, para zona urbana em busca de oportunidades de trabalho, estudo e de ofertar melhor

qualidade de vida para a família. Esse desejo acaba por se confundir com o “sentimento de pertencimento à localidade de origem [...] e, ao mesmo tempo, veem sua autoimagem refletida no espelho da cultura ‘urbana’, ‘moderna’ (CARNEIRO, 1998, p.2, grifo do autor).

Carneiro (1998, p.13) relata ainda que, com a migração do campo para a cidade, ocorrida em larga escala nos anos de 1970 e, com reminiscências até os dias atuais, o jovem rural que veio buscar oportunidades na zona urbana, normalmente, apresentava qualificação profissional e nível de escolaridade mais baixos, se comparados aos dos jovens urbanos, e enfrentaram grandes dificuldades para se estabelecer na cidade.

Essa vinda trouxe também para a cidade uma fusão de costumes entre a tradição rural e a tradição urbana, deixando cada vez mais tênue os limites entre o rural e o urbano. Essa aproximação acabou por divulgar nas cidades muitos costumes e gostos oriundos do ambiente rural e nessa relação entre os dois ambientes, muitos jovens que não tinham referência rural anterior acabaram se identificando com várias características que, inicialmente, eram exclusivas do homem do campo.

De tal maneira, essas características foram responsáveis por influenciar um jovem urbano que hoje assume costumes rurais como traços da sua personalidade e se refletem na maneira como fala, como se veste, nos locais que frequenta, chegando até mesmo a influenciar na profissão a ser escolhida, optando pelas ciências agrárias e pela medicina veterinária.

O jovem urbano ruralizado, portanto, difere-se do rurano. O primeiro estabelece uma relação de pertencimento com a cultura rural sem, no entanto, ter essa tradição pessoal ou familiar. Tal pertencimento relaciona-se aos grupos com os quais se identifica. Este pode ter recebido influência do jovem rurano direta ou indiretamente, por meio de uma cultura que se instala no ambiente urbano e que reduz para um limite muito tênue o ambiente rural e urbano.

Essa influência também pode advir da produção agropecuária ainda muito forte nas cidades interioranas, o que aproxima a zona rural e urbana, tanto em termos econômicos quanto políticos, sociais e, por conseguinte, culturais. Desse modo, compreender o contexto em que ocorre essa ruralidade é importante para

compreender como ocorrem as influências culturais que levam a uma fusão de traços e valores que acabam por gerar um novo perfil identitário.

Destaca-se ainda que, para a construção dessa identidade, o jovem urbano ruralizado espelha-se na imagem do homem rural transmitida pelos meios de comunicação de massa. Essa imagem é muitas vezes deturpada, ora ganhando ares bucólicos, ora refletindo o linguajar carregado de sotaque e de maneirismos, assim como modos rudes contrários à “etiqueta da cidade”.

Nesse sentido, objetiva-se, de modo geral, caracterizar o jovem urbano ruralizado. Para tanto, a pesquisa apresenta como objetivos específicos: desenvolver o conceito do jovem urbano ruralizado a partir de algumas características definidas a priori e ampliadas a posteriori; verificar a presença do jovem urbano ruralizados na comunidade virtual; e verificar a percepção do jovem urbano ruralizado sobre o consumo midiático, profissão, moda, gosto musical, atividades de lazer, afinidade com a cultura rural, linguagem, enfim características que compõem o estereótipo assumido por ele.

Nota-se que é importante verificar como o jovem urbano, que se identificou com a cultura rural a ponto de assumi-la, recebe, constrói e sedimenta essa imagem. Assim, esta dissertação propôs o seguinte problema de pesquisa: quais são as características do Jovem Urbano Ruralizado?

Para responder ao problema proposto, esse relatório de dissertação apresenta a discussão dividida em nove capítulos. No Capítulo 1 buscou-se, por meio da revisão bibliográfica sistemática, investigar a existência do termo “Jovem urbano ruralizado”. Uma vez, constatado o ineditismo do termo, procurou-se construir o conceito de Jovem Urbano Ruralizado por meio do estado da arte de conceitos que o integram, tais como: rural-urbano, ruralidade, cultura rural, Jovem urbano, jovem rural, jovem rurano, ambiente rural-urbano, estereótipo rural, políticas públicas, identidade rural e comunicação. Ressalta-se que todos os termos utilizados foram pesquisados nos idiomas português e inglês, de modo que proporcionassem uma expansão investigativa.

Dentre as bases que compõem o termo Jovem urbano ruralizado apresentado por essa dissertação, a relevância da dicotomia entre espaço rural e espaço urbano em tempos de globalização foi apresentada no Capítulo 2, no qual se traçou uma análise da discussão de diversos autores, com destaque para Verde

(2004), Marques (2002), Abromovay (2000), Castlles (2003), Ferrão (2000), Graziano (1993), Mota (2011), Bordenave (2002), Bernardo e Bernardo (2013) e Vieira; Bernardo; Santana (2015) que discursaram definições e reflexões sobre o rural-urbano por meio das diretrizes sociais, políticas, econômicas, culturais, midiáticas e comunicacionais.

O capítulo 3 aborda o reconhecimento do jovem que tem direitos, especificamente, o jovem rural. Ao elencar a relação de políticas públicas para o jovem e o êxodo rural, foram observadas as lacunas de políticas públicas existentes. No capítulo 4, a mídia e a criação de estereótipos conduzida notoriamente por meio das reflexões de Maffesoli (1996), Hall (2006), Lippman (1998) e Gollner (2011), analisa-se a relação entre os padrões de comportamento, identidade e os sistemas de comunicação globalmente interligados. A metodologia da pesquisa é apresentada no Capítulo 5, no qual as abordagens e os procedimentos técnicos científicos foram divididos em dois momentos, o primeiro, por meio da revisão bibliográfica sistemática (RBS), apresentada como primeiro capítulo, cujo objetivo foi constatar o ineditismo do termo jovem urbano ruralizado e estruturar o estado da arte de conceitos que o compõe. Já no segundo momento, para que os objetivos propostos fossem atingidos, o caminho metodológico foi traçado por meio da Netnografia e complementado por resultados obtidos em questionário disponibilizado na plataforma *Facebook*, em um grupo específico.

O Capítulo 6, denominado de análise e discussão dos resultados, refere-se à caracterização do jovem urbano ruralizado. Nesta etapa, foi utilizada a análise das características que definem esse grupo de jovens por meio da netnografia nas comunidades do *Facebook*.

O Capítulo 7 dispõe de uma análise de um questionário respondido por 303 integrantes de uma comunidade no Facebook da qual fazem parte jovens urbanos, jovens rurais e jovens urbanos ruralizados. Esse questionário objetivou encontrar dentro desse público aqueles que tinham o perfil conceituado na dissertação como Jovem Urbano Ruralizado e compará-lo com os demais que têm características semelhantes no que tange a afinidade com a cultura rural.

Por fim, as considerações finais apresentam as sínteses possíveis que foram constatadas durante a pesquisa e que consolidam o perfil do Jovem Urbano Ruralizado, o que pensa, como recebe influência, seus gostos musicais, sua

vestimenta, enfim, sua percepção acerca dos fatores determinantes para a criação do estereótipo que assume como modo de ser.

1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA (RBS) NA CONSTRUÇÃO DO CONCEITO JOVEM URBANO RURALIZADO

Conhecer o estado da arte que configura as produções científicas que situam questões relacionadas ao jovem, aos espaços rurais e urbanos, às influências culturais que cada ambiente causa no outro, torna-se importante para localizar os conceitos já desenvolvidos nessa direção e, para que a partir deles, se possa dar sequência a tais reflexões e contribuir para ampliar as fronteiras do conhecimento na área do agronegócio e em áreas afins, promovendo um diálogo multidisciplinar.

Nesse sentido, a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) significa um instrumento metodológico relevante para que o levantamento desse estado da arte seja realizado de modo organizado e seguindo procedimentos que ampliam o espectro de análise, de modo a abranger o acesso aos documentos científicos que compõem tal cenário. Segundo Biolchini *et al.* (2007), a RBS foi desenvolvida para reunir e avaliar evidências relacionadas ao objeto de estudo e é exatamente com esse objetivo que esta é utilizada neste trabalho.

Desse modo, esta revisão tem como objetivo analisar o estado da arte, fundamentado, especificamente, nos seguintes conceitos: rural-urbano; ruralidade; cultura rural; ambiente rural-urbano; jovem rural; estereótipo rural; jovem rural; identidade; comunicação e políticas públicas gerados sob diferentes abordagens que circundam o objeto principal da pesquisa - o Jovem Urbano Ruralizado.

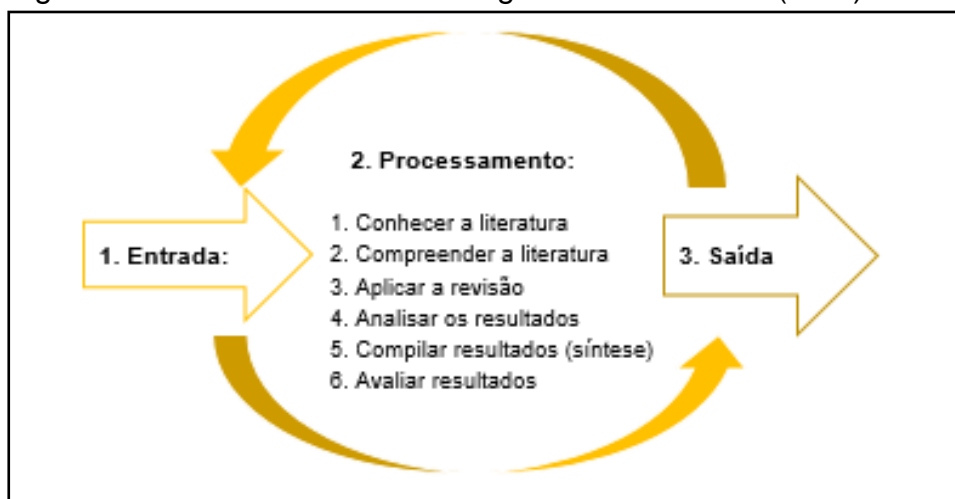
1.1 Metodologia da RBS

Para que se possa compreender a metodologia adotada, esta pesquisa teve como base modelos de RBS adotados pelos autores Levy e Ellis (2006), que esquematizaram as etapas de RBS em entrada, processamento e saída. Optou-se por se apresentar como a primeira parte da metodologia geral desta dissertação a metodologia específica da Revisão Bibliográfica Sistemática, que se torna fundamental para a compreensão do processo de seleção dos artigos e outros

documentos que compõem o estado do conhecimento já produzido e apresentado nesse capítulo.

Na entrada, a partir da escolha das bases de dados e expressões de busca, são investigadas as informações preliminares que serão processadas na pesquisa, tais como: pesquisa documental e artigos relacionados à área de estudo. Na etapa processamento são investigadas como as informações da área de interesse serão transformadas e refinadas em saídas que serão configuradas como sínteses da pesquisa, os resultados, conforme se observa na Figura 1.

Figura 1 - Fases da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS)



Fonte: adaptado de Levy e Ellis (2006).

As fases da RBS foram apoiadas no processo metodológico utilizado por Bernardo (2016) e adaptadas em um passo-a-passo para o desenvolvimento dessa investigação de acordo com o Quadro 1.

A fase de entrada (A- Entrada) corresponde aos objetivos da busca, os quais devem estar alinhados aos interesses da pesquisa e definidos com rigor, pois é a partir dos seus objetivos que serão definidas as expressões de busca que conseqüentemente determinarão as diretrizes para o processamento, síntese e resultados dessa.

Neste sentido, o 1º passo indicou a escolha da base de dados ou repositórios de informações, o 2º passo referiu-se às expressões de busca de modo isolado, que pode ser realizado por meio da busca simples ou avançada. Caso a busca seja avançada, o pesquisador deverá utilizar palavras que informam ao

sistema como combinar os termos de interesse, neste caso, representou-se pela palavra “OR”. Já o 3º passo indicou a investigação combinada por meio do uso das palavras “OR” e “AND” entre as expressões de busca.

Quadro 1 – Modelo para a condução do passo-a-passo da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS)

A. Entrada	B- Processamento	C- Saída
1ª passo: Escolha da base de dados; 2º passo: Expressão de buscas isoladas; 3º passo: Expressões de buscas combinadas;	4º passo: Buscas sem filtros; 5º passo: Aplicação de filtros de inclusão; 6º passo: Leitura dos títulos e resumos; 7º passo: Download de documentos; 8º passo: Leitura dos documentos; 9º passo: Análises de artigos;	10º passo: Cadastro, Análises e Resultados.

Fonte: adaptado de Bernardo (2016).

Na fase de processamento da pesquisa (B-Processamento), o 4º passo, representou o processo de buscas sem filtros para ilustrar a quantidade das expressões de busca quando realizada sem critérios na base de dados. O 5º passo deu início à aplicação de filtros de inclusão, representados pelos filtros um e dois. Sendo que, no filtro um foi realizada a seleção de arquivos publicados nos últimos cinco anos, assim como, a triagem do tipo de documento de interesse, que neste caso, escolheu-se somente documento no formato de artigos. Já o filtro dois determinou o refinamento da pesquisa de acordo com a variação de filtragem que cada base de dados e expressão de busca oferece para seleção. No 6º passo, teve início a leitura de títulos e resumos dos artigos e foram determinados os critérios de exclusão de acordo com cada expressão de busca e base de dados.

Após a seleção dos artigos pertinentes ao objeto do estudo, deu-se o 7º passo com o download dos artigos, 8º passo leitura dos títulos e resumos e 9º passo, a análise dos artigos. A fase de saída (C- Saída), representada pelo 10º passo, determinou o cadastramento, síntese e resultados da pesquisa.

O levantamento, leitura e análise dos artigos científicos selecionados nos bancos de dados e biblioteca virtual desta pesquisa, foram desenvolvidos no período de setembro a novembro de 2016.

1.2. A. Entrada – Seleção dos artigos de interesse

O processo de seleção dos artigos de interesse da pesquisa ocorreu, previamente, por meio da escolha de uma biblioteca virtual e duas bases de dados, sendo, respectivamente, o Portal de Periódicos CAPES, o *Scientific Electronic Library Online Brasil* (SciELO Brasil) e a *Web of Science*. Essas fontes apresentam características específicas, as quais são descritas a seguir para apresentar a forma da organização dos dados em cada uma delas.

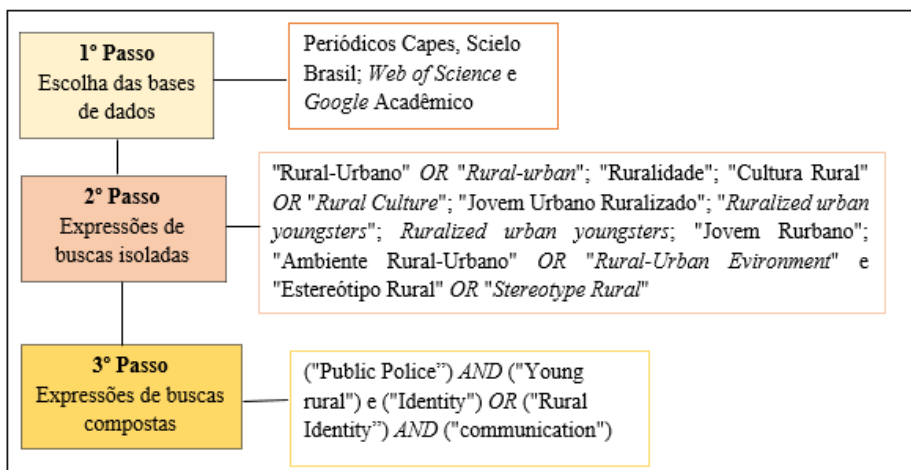
A biblioteca *online* - Periódicos CAPES - foi lançada oficialmente no ano de 2000 com o objetivo de fortalecer a pós-graduação no Brasil e o seu conteúdo oferece um acervo de 1.419 periódicos e mais nove bases referenciais que perpassam todas as áreas do conhecimento (CAPES, 2016).

A base de dados SciELO Brasil foi acessada por meio do sistema da Coordenadoria Geral de Bibliotecas da Unesp, Pathernon. Apesar de ser considerada uma base de dados, a SciELO se autodenomina como biblioteca eletrônica. A plataforma de dados Brasil teve como base um projeto da FAPESP/IBIRENE/CNPq que faz parte de um acervo de 1.249 periódicos, 39.651 fascículos, 573.525 artigos e 13.0005.080 citações (SCIELO, 2016).

De acordo com a *Web of Science* (2016), a sua base de dados é uma fonte científica que indexa publicações de todo o mundo. Considerada uma das maiores e mais completa base de dados, oferece um acervo com mais de 90 milhões de registros, abrange mais de 5.300 publicações de ciências sociais e possui mais de 12 mil periódicos de alto impacto.

Nesse sentido, a Figura 2 apresenta a sequência do passo a passo da fase denominada de A – Entrada, que teve como ponto de partida a seleção das bases de dados e em seguida a escolha das expressões de busca.

Figura 2 – Passo a passo da fase A - Entrada



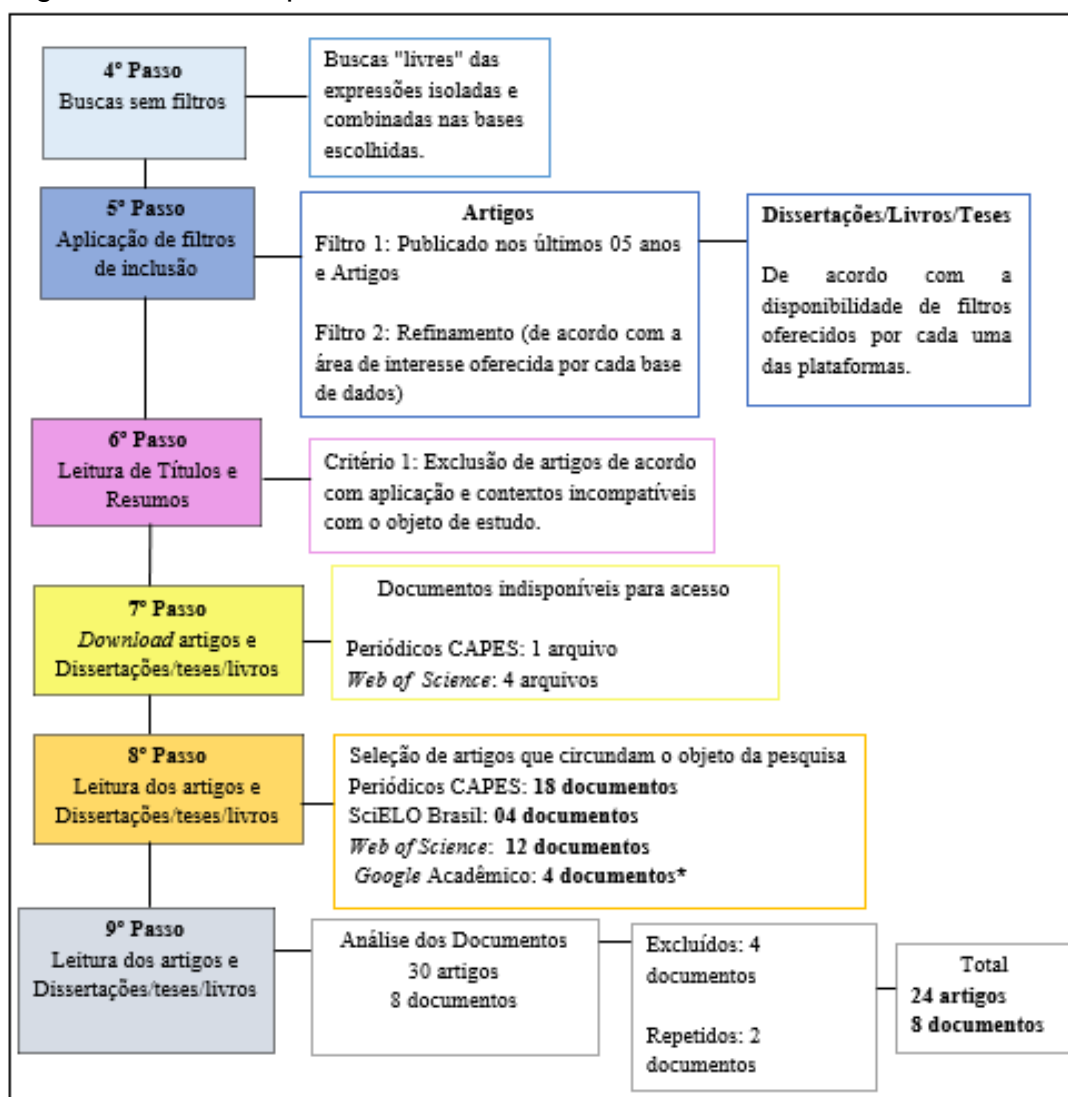
Fonte: Elaborado pela autora.

A utilização de aspas na expressão de busca em uma pesquisa tem como objetivo fazer com que os termos descritos entre as aspas sejam encontrados juntos. Já as expressões em inglês foram utilizadas com o intuito de estender o alcance da pesquisa.

1.2 B. Processamento – Seleção dos artigos de interesse

O passo a passo adotado por esta pesquisa na fase de processamento, indicou a organização de ideias conforme a Figura 3 ilustra.

Figura 3 – Passo a passo da fase B – Processamento



Fonte: Elaborada pela autora.

O 4º passo apresentou a quantidade de documentos (artigos, dissertações, livros ou capítulos de livros, relatórios técnicos, entre outros) relacionados com a expressão de busca, também não foi selecionada a data de publicação, idioma ou quaisquer outros filtros.

No 5º passo foi possível reduzir a quantidade de documentos devido a seleção dos filtros um (para artigos, publicações dos últimos cinco anos e somente artigos. Já dissertações/tese/livros, seguiram os filtros disponíveis nas plataformas selecionadas) e o filtro dois que trabalhou o refinamento da escolha dos artigos determinando as áreas pertinentes ao objeto de estudo. A organização e

disponibilidade destes filtros variaram de acordo com a base de dados e expressão de busca.

No Periódico CAPES, foi possível selecionar as seguintes áreas de refinamento: *Rural-Urban, Rural-Urban Diferrence, Rural Areas, Rural Culture, Sociology, Medea, Identity, Território, Cultura, Culture, Urban Areas, Urbanização, Spatial Distribution, Rural Population, Steriotypes, Esteriótipos, Study, Social Identity, Studies, Brasil, Theoretical Treatment, Comunicação, Social Trends, Social Networks, Cultural Identity, Advertising, Comsuption, Antropologia, Internet, Information Technology e Rural Development.*

Na base de dados SciELO Brasil, as seleções do refinamento foram formadas pelos seguintes termos: Ruralidade; *Rurality*; Brazil; *Ruralidad*; *Social Representation*; Representação Social, *Rural Development, Nueva Ruralidad, Rural Areas, Rural, Desarrollo local, Iniciativas Públicas Y Provadas, Território Rural, Espaço Rural, Communication, Comunicação, Comunicación, Brazil, Language, Linguagem e Internet.*

Já a base de dados *Web of Science*, permitiu o refinamento das seguintes áreas: *Multidisciplinary Science, Social Sciences Interdisciplinary, Sociology, Anthropology, Communication, History, Humanitidies, Multidisciplinary, Language Linguistics, Linguistics, Multidisciplinary Science, Business, Telecommunications, Psychology social e Psychology Multidisciplinary.*

Com o intuito de aprofundar a RBS, elaborou-se também a busca por documentos dentro do filtro “dissertações, teses e/ou livros, no período de 02 a 21 de dezembro de 2017.

A filtragem e seleção das dissertações, teses e/ou livros de interesse nas bases escolhidas foram determinadas de acordo com a disponibilidade de filtros oferecidos por cada uma delas. Ressalta-se que na busca por dissertações/teses/livros não se utilizou limitação temporal de publicação e nem seleção de idiomas.

O Periódicos Capes disponibilizou apenas o refinamento ‘livro’, apresentado como filtro 2 no quadro abaixo. Já o SciELO Brasil, não dispõe de ferramentas para selecionar dissertações, teses e/ou livros e nem categorias de interesse. Na base *Web of Science* foi possível selecionar os seguintes filtros: Filtro A– *book review e book chapter*, Filtro A – *geograohy, history, sociology, political*

Science, demography, urban studies, antropology e social Science interdisciplinar, refinados na filtragem 2.

Observou-se que, as bases de dados selecionadas anteriormente não foram suficientes para atingir um número considerável de documentos no caso de dissertações/teses/livros. Desse modo, com objetivo de expandir as buscas, elegeu-se também buscas no *Google Acadêmico* devido ao acesso livre aos documentos de dissertações, teses e/ou livros de interesse. No entanto, a plataforma também não oferece ferramentas filtros de interesse.

Os processos de filtragem dos artigos, dissertações/teses/livros e seleção dos mesmos apresentam-se nos quadros 2, 3, 4 e 5 sendo, respectivamente, das bases Periódicos CAPES, SciELO Brasil, *Web of Science* e exclusivamente para dissertações/teses/livros, o *Google Acadêmico*.

Quadro 2 – Resultados do processo de filtragem e seleção dos artigos, dissertações/teses/livros de interesse no Periódicos CAPES

Expressão de Busca Periódicos CAPES	“Rural-Urbano” OR “Urban-Rural”	“Ruralidade”	“Cultura Rural” OR “Rural Culture”	Jovem Urbano Ruralizado	“Jovem Urbano Ruralizado”	Ruralized urban youngsters
Artigos						
Data de Coleta:	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	12. 600 documentos	89 documentos	261 documentos	N/C	N/C	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	2.651 artigos	46 artigos	72 artigos	N/C	N/C	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	218 artigos	39 artigos	52 artigos	N/C	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	19 artigos	30 artigos	3 artigos	N/C	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	3 artigos	7 artigos	1 artigo	N/C	N/C	N/C
Dissertações/Teses/Livros						
Data de Coleta:	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	1.486 documentos	6 documentos	9.293 documentos	N/C	N/C	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 1: RESULTADOS	707 documentos	5 documentos	99 documentos	N/C	N/C	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 2: RESULTADOS	23 documentos	1 documento	2 documentos	N/C	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	2 documentos	1 documento	Excluídos	N/C	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	Excluídos	1 documento	Excluídos	N/C	N/C	N/C
Expressão de Busca Periódicos CAPES	“Ruralized urban youngsters”	“Jovem Rurbano”	“Ambiente Rural-Urbano” OR “Rural- Urban Eviroment”	“Estereótipo Rural” OR “Stereotype Rural”	“Políticas Públicas” AND “Jovem Rural”	“Identidade” OR “Identidade Rural” AND “Comunicação”
Artigos						

Data de Coleta:	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016	26 a 29/09/2016
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	2 documentos	218 documentos	78 artigos	3 artigos	470 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	1 artigo	52 artigos	30 artigos	1 artigo	219 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	N/C	1 artigo	18 artigos	16 artigos	1 artigo	52 artigos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	Excluído	1 artigo	4 artigos	1 artigo	9 artigos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	Excluído	Excluído	Excluídos	1 artigo	4 artigos
Dissertações/Teses/Livros						
Data de Coleta:	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	N/C	8 documentos	1 documento	100 documentos	173 documentos
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	1 documento	N/C	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	1 documento	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	1 documento	N/C	N/C
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	1 documento	N/C	N/C

Fonte: Elaborado pela autora.

4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	2.290 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	571 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	88 artigos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	9 artigos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	Excluído
Dissertações/Teses/Livros						
Data de Coleta:	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	80 documentos
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	21 documentos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	Excluídos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	N/C	N/C	N/C	N/C	Excluídos

Fonte: Elaborado pela autora.

4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	2 documentos	218 documentos	78 artigos	3 artigos	297.399 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	1 artigo	52 artigos	30 artigos	1 artigo	75.708 artigos
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	N/C	1 artigo	18 artigos	16 artigos	1 artigo	2.231 artigos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	Excluído	1 artigo	4 artigos	1 artigo	203 artigos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	Excluído	Excluído	Excluídos	1 artigo	1 artigo
Dissertações/Teses/Teses						
Data de Coleta	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	87 documentos	45 documentos	278 documentos	7 documentos	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 1 RESULTADOS	N/C	4 documentos	42 documentos	51 documentos	3 documentos	N/C
5º Passo a Passo – Filtro 2 RESULTADOS	N/C	Excluído	Excluídos	Excluídos	3 documentos	N/C
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	Excluídos	Excluídos	Excluídos	1 documento	N/C
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	Excluídos	Excluídos	Excluídos	1 documento	N/C

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 5 – Resultados do processo de filtragem e seleção exclusivamente de dissertações/teses/livros de interesse na *Google Acadêmico*

Expressão de Busca <i>Google Acadêmico</i>	“Rural-Urbano” OR “Urban-Rural”	“Ruralidade”	“Cultura Rural” OR “Rural Culture”	Jovem Urbano Ruralizado	“Jovem Urbano Ruralizado”	Ruralized urban youngsters
Dissertações/Teses/Livros						
Data de Coleta:	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	584 documentos	58 documentos	13.400 documentos	1.420 documentos	2 documentos	18.100 documentos
5º Passo a Passo – Filtro 1: RESULTADOS	318 documentos	19 documentos	13.300 documentos	Excluídos	Excluídos	Excluídos
5º Passo a Passo – Filtro 2: RESULTADOS	279 documentos	15 documentos	128 documentos	Excluídos	Excluídos	Excluídos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	159 documentos	Excluídos	117 documentos	Excluídos	Excluídos	Excluídos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	2 documentos	Excluídos	1 documento	Excluídos	Excluídos	Excluídos
Expressão de Busca <i>Google Acadêmico</i>	“Ruralized urban youngsters”	“Jovem Rurbano”	“Ambiente Rural-Urbano” OR “Rural- Urban Eviroment”	“Estereótipo Rural” OR “Stereotype Rural”	“Políticas Públicas” AND “Jovem Rural”	“Identidade” OR “Identidade Rural” AND “Comunicação”
Dissertações/Teses/Livros						
Data de Coleta:	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017	02 a 21/12/2017
4º Passo a Passo: Sem filtros RESULTADOS	N/C	772 documentos	24.300 documentos	27.500 documentos	49.100 documentos	83.800 documentos
5º Passo a Passo – Filtro 1: RESULTADOS	N/C	1 documento	N/C	N/C	656 documentos	416 documentos
5º Passo a Passo – Filtro 2: RESULTADOS	N/C	Excluídos	N/C	N/C	7 documentos	205 documentos
6º Passo a Passo – Títulos RESULTADOS	N/C	Excluído	N/C	N/C	1 documento	2 documentos
6º Passo a Passo – Resumos RESULTADOS	N/C	Excluído	N/C	N/C	Excluídos	1 documentos

Fonte: Elaborado pela autora.

Os quadros 2, 3, 4 e 5 apresentam os resultados alcançados nas buscas do passo a passo 4, 5 e 6. No Quadro 2 estão dispostos os dados obtidos do Periódico Capes, sendo que, dos 358 artigos filtrados (segundo filtro, do 5º passo), foram excluídos o total de 342 artigos a partir da leitura dos títulos e resumo.

Os critérios de exclusão foram eleitos devido a incompatibilidade com o objeto da pesquisa. Dos artigos excluídos, 55% abordaram a temática da saúde em diversas perspectivas (saúde física, saúde mental, saúde psicológica, epidemias, casuísticas, relato de casos clínicos e sexualidade), 33% destacaram a demografia (natalidade, mortalidade e censo demográfico), 4% dos artigos tiveram como temática a imigração de comunidades indígenas, outros 4% desdobraram-se sob a perspectiva da economia local ou mundial, 3% debateram classes sociais, especificamente, a pobreza e 1% enfatizou o educacional.

Em relação à seleção de dissertações/teses/livros, dos 26 documentos selecionados a partir do segundo filtro, foram excluídos 24 arquivos. Os critérios de exclusão foram eleitos por meio da incompatibilidade com o objeto da pesquisa, dos documentos excluídos, 61% dos documentos abordaram diversas perspectivas da temática da saúde, 17% apontaram assuntos jurídicos relacionados com as expressões de busca, 12% dos documentos tiveram como temática a educação em diversas frentes, outros 3% destacaram a evolução industrial, 7% perpassaram a perspectiva da economia. De modo que, entre artigos e dissertações/teses/livros, a plataforma Periódico Capes totalizou 18 documentos.

Na base de dados SciELO Brasil, foram selecionados 115 trabalhos, dos quais 111 foram excluídos, sendo que 59% evidenciaram temáticas relacionadas à saúde, 23% concentraram-se na temática demografia, 11% dos artigos enfocaram a temática classe social e 7% dos trabalhos centraram-se na pauta da educação. Já os arquivos de dissertação/teses/livros, selecionou-se 38 trabalhos, dos quais todos foram excluídos por não pertencerem ao objeto desta pesquisa. Recrutou-se 4 documentos nessa plataforma.

Por meio da *Web of Science*, alcançou-se o refinamento de 2.231 artigos e excluiu-se 2.221 trabalhos, nos quais, 48% abordaram a saúde em suas diferentes áreas, 27% corresponderam a temática demografia, 11% acerca do tema educação, 8% no contexto da imigração, outros 6% trataram temáticas sociais como: religião, colonização e infraestrutura. Com relação a dissertações/teses/livros, a *Web of*

Science disponibilizou um refinamento de 250 documentos e foram excluídos 248 trabalhos, dos quais 58% abordaram questões da temática saúde, 26% perpassaram pela temática educação, 11% acerca do tema demografia e 5% eram relacionados às políticas públicas. Obteve-se a seleção de 12 arquivos nessa plataforma.

Na plataforma *Google Acadêmico*, dos 634 documentos recrutados, apenas 4 documentos apresentaram afinidade com o tema dessa pesquisa, os demais trabalhos, 87% dos arquivos enquadraram-se nas temáticas de educação, 7% destacaram temáticas relacionadas a saúde, 4% trouxeram a temática política e 2% apontaram questões sobre economia.

Dos resultados apresentados nos quadros, as expressões de busca que não apresentaram resultados foram apresentadas pela sigla “N/C” de não consta. Observou-se que nos Quadros 2 e 3 não foram encontrados resultados para as expressões de busca *Jovem Urbano Ruralizado*, “*Jovem Urbano Ruralizado*”, *Ruralized Urban Youngsters* e “*Ruralized Urban Youngsters*”, objeto da pesquisa, reforçando o ineditismo do conceito. O quadro 3 encontrou 1 artigo na expressão “*Jovem Urbano Ruralizado*”, no entanto, o trabalho encontrado foi elaborado pela autora desta dissertação em conjunto com outros dois pesquisadores – Cristiane Hengler Corrêa Bernardo (orientadora desta dissertação) e Timóteo Ramos Queiroz (professor do programa de pós-graduação no qual esta dissertação é desenvolvida). Já no quadro 5, os dois arquivos encontrados na expressão “*Jovem Urbano Ruralizado*”, trata-se também de artigos elaborado pela autora dessa dissertação e na expressão *Ruralized Urban Youngsters*, os 18.100 arquivos foram desconsiderados devido o rastreamento e indexação de resultados encontrados de modo aleatório em diversos contextos sem relação com o objeto da pesquisa.

Após essa etapa, partiu-se para um processo mais apurado de seleção de artigos. Foram realizadas leituras aprofundadas dos conteúdos da introdução e da conclusão dos artigos indexados na base. De modo que essa etapa possibilitou o último filtro de captura de artigos, dissertações/teses/livros a serem utilizados para a RBS. A partir desse processo, foram selecionados 28 artigos e após a leitura completa, foram eleitos 24 artigos e 8 documentos de dissertações/teses/livros. A relevância dos artigos selecionados foi destacada no quadro 6. Ressalta-se que esse tipo de investigação foi possível apenas para artigos publicados em periódicos.

Quadro 6 - Análise dos índices de relevância (Qualis e SJR) dos 24 artigos selecionados para a elaboração da RBS

Nº	Título	Autores	Periódico	Ano	Idioma	Índice H	SJR
1	O Futuro Incerto do Jovem Rural	Ezequiel Redin	O Informativo Técnico do Semi-Árido	2014	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
2	Rural, ruralidade e turismo: noções e práticas contemporâneas	Thiago Duarte Pimentel; Mariana Pereira Chaves Pimentel	Revista <i>El Periplo Sustentable</i>	2015	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
3	<i>Disciplines in the Field of Communication for Development and Social Change</i>	Rico Lie; Jan Servaes	<i>Communication Theory</i>	2015	Inglês	53	2.62
4	Indústria Cultura e Meio Rural	Valdir de Castro Oliveira	Revista Mediação	2014	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
5	<i>Illuminating a Resilient Rural Culture in Twentieth Century Y Fro Gymraeg Using Bourdieu's Bearn</i>	Sally Baker; Brian J. Brown; Emyr Williams	<i>Sociologia Rurales</i>	2014	Inglês	Não encontrado no SCImago	1.38
6	<i>Keeping the Farm in the Family Name: Patrimonial Narratives and Negotiations among German-Heritage Farmers</i>	Amanda McMillan Lequieu	<i>Rural Sociology</i>	2014	Inglês	47	1.096
7	O jovem urbano ruralizado: análise da comunicação no "mundo rural digital"	Cristiane Hengler Corrêa Bernardo; Juliana Correa Bernardes; Timóteo Ramos Queiroz	Revista Comunicação Midiática	2016	Português	Não encontrado na SCImago	Não encontrado na SCImago
8	<i>Rural Youth Culture in Early Twentieth-Century New York State</i>	Grey Osterud	<i>Agricultural History</i>	2015	Inglês	11	0.103
9	"Todo mundo conhece a gente agora": cultura e identidade de jovens rurais em Minas Gerais (Brasil)	Lucas Magno; Sheila Maria Doula; Neide Maria de Almeida Pinto	<i>Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud</i>	2011	Português	Não encontrado no SCImago	0.347
10	Representações hegemônicas e polêmicas no contexto identitário rural	Mariana Bonomo; Lídio de Souza	Revista Avances en Psicología	2013	Português	Não encontrado	0.190

			Latinoamericana/Bogotá (Colombia)			no SCImago	
11	<i>Measuring Mainstream US Cultural Values</i>	Caroline Josephine Doran; Romie Frederick Littrell	<i>Journal of Business Ethics</i>	2012	Inglês	98	1.837
12	Diga-me onde andas, que te direi quem és: identidades culturais na comunidade brasileira da marca <i>Johnnie Walker</i>	André Luiz Maranhão de Souza Leão; Thiago lanatomi; Rodrigo César Tavares Cavalcanti	Revista de Administração USP	2015	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
13	Hábitos e modos de vida no interior de Minas Gerais: uma contribuição ao debate sobre a relação cidade-campo no Brasil contemporâneo	Josarlete Magalhães Soares; Maristela Siolari; Fabiana Silva Dias	Revista Labor & Engenho	2014	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
14	Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital	Javier Alejandro Corredor; Óscar Humberto Pinzón; Rosa Marcela Guerrero	<i>Revista de Estudios Sociales</i>	2011	Espanhol	4	0.143
15	<i>Globalization in the margins: Toward a re- evaluation of language and mobility.</i>	Xuan Wang; Max Spotti; Kasper Juffermans; Sjaak Kroon; L. Cornips; Jan Blommaert.	<i>Applied Linguistics Review</i>	2014	Inglês	22	0.753
16	O papel da tecnologia na construção do conhecimento	Max Cirino de Mattos	Revista de Gestão e Tecnologia	2012	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
17	Os padrões de consumo no campo e na cidade: a aproximação entre os modos de vidas de cidadinos e rurais	Gustavo Bastos Braga; Ana Louise de Carvalho Fiúza; Neide Maria de Almeida Pinto	<i>Estudios Rurales</i>	2014	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
18	Mudanças conceituais do desenvolvimento rural e suas influências nas políticas públicas	Alan Ferreira de Freitas; Alair Ferreira de Freitas; Marcelo Miná Dias	Revista de Administração Pública	2012	Português	9	0.209
19	Princípios Organizadores das Representações de Rural e Cidade	Mariana Bonomo; Lídio de Souza; Giannino Melotti;	Revista Sociedade e Estado	2013	Português	6	0.121

		Augusto Palmonari					
20	<i>El objeto de estudio de la comunicación, el Sentido de la ruralidad y las nuevas ruralidades En la sociedad contemporánea</i>	Luciana Trimano	<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	2012	Espanhol	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
21	<i>Rural-Urban Living and Level of Economic Development as Factors in Subjective Well-Being</i>	Felix Requena	<i>Social Indicators Research</i>	2016	Inglês	66	1.380
22	<i>La construcción social de lo rural</i>	María Teresa Matijasevic; Arcila Alexander Ruiz Silva	<i>Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social</i>	2013	Espanhol	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
23	Contribuições da sociologia rural norte-americana e europeia aos conceitos de rural, urbano e suas relações	Clécio Azevedo da Silva; Fernando Goulart Rocha	<i>Revista Colombiana De Geografía</i>	2011	Português	Não encontrado no SCImago	Não encontrado no SCImago
24	<i>The Rural-Urban Difference in Interpersonal Regret</i>	Asuka Komiya; Shigehiro Oishi; Minha Lee	<i>Personality and Social Psychology Bulletin</i>	2016	Inglês	140	2.763

Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre os motivos de exclusão a partir da leitura completa, destacou-se o contexto desses trabalhos que, embora tenham trazido aspectos que vêm ao encontro da construção do conceito Jovem Urbano Ruralizado, as abordagens destoaram do contexto principal aqui determinado.

No cenário de relevância (Índice h^2 e SJR³) dos artigos selecionados, observou-se que dos 24 trabalhos selecionados, 56% são de língua portuguesa, 32% publicados em inglês e 12% publicados em espanhol. Quanto à qualidade dos periódicos nos quais os artigos selecionados foram publicados, observou-se que 66% dos trabalhos pertencem a periódicos com alto fator de impacto. Destaca-se, ainda, que 11 artigos não apresentaram registros de Índice h e SJR na SCImago, da mesma forma que as plataformas digitais desses periódicos não apresentaram informações sobre sua relevância científica.

Com relação ao ano de publicação, observou-se que as publicações dos últimos três anos representam juntas 54% da análise, diante desse contexto, tais trabalhos podem ser considerados recentes, o que corrobora com a atualidade do objeto dessa pesquisa. Já a seleção de documentos de dissertações/teses/livros, apresentam-se no quadro 7.

Quadro 7 – Relação de dissertações/teses/livros selecionados para a elaboração da RBS

Nº	Título	Autores	Ano de publicação	Tipo de Documento
1	Desenvolvimento e mudança social: formação da sociedade urbano industrial no Brasil.	Juarez Rubens Brandão Lopes	2008	Livro
2	Urbanização e mudança social no Brasil	Ruben George Oliven	2010	Livro
3	Antropologia da comunicação de massa	Isabel Travancas Sílvia Garcia Nogueira	2016	Livro
4	Da casa à praça pública: espetaculação das festas juninas no espaço urbano	Jairo Roque Barros	2012	Tese
5	Linguagem, educação e virtualidade	Ucy Soto Monica Ferreira Mayrink Isadora Valencise Gregolin	2009	Livro

² Criado por Jorge Hirsch em 2005, tem como objetivo quantificar a produtividade científica a partir das citações dos trabalhos.

³ Estabelece valores para as citações científicas de acordo com a influência do periódico por meio de um *Ranking* disponibilizado pela base de dados SCImago.

6	Juventude rural e permanência no campo: um estudo de caso sobre a juventude do assentamento rural Flor do Mucuri/ES	Ana Carolina Trindade dos Santos	2009	Dissertação
7	As construções das identidades de jovens rurais na relação com o meio urbano em um pequeno município”	Maria de Assunção Lima de Paulo	2010	Tese
8	Identidade social e representações de rural e cidade e um contexto rural comunitário: campo de antinomias	Mariana Bonomo	2010	Tese

Fonte: Elaborado pela autora.

Notou-se que quanto ao tipo de pesquisa, 50% das pesquisas analisadas apresentaram-se no formato de livro. Observa-se que o livro de Oliven (2010) é uma versão editada de sua tese de doutorado.

As teses de doutorado representam 38% dos documentos selecionados e apenas 12% está no formato de dissertação.

Após os resultados obtidos na RBS, se fez necessário perpassar por ideais que delimitam o que é rural e o que é urbano e quais foram as consequências dessa dicotomia em uma sociedade globalizada.

1.2 C. Saída – Relatório da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS)

Representada como sendo o 10º passo da pesquisa, a análise final, dos 24 artigos selecionados analisou os objetivos e abordagens de cada artigo que são sintetizados a seguir.

A pesquisa de Redin (2014) questiona o status construído pela sociedade urbana, o qual oferece um mundo de possibilidades para o jovem do campo, especificamente, em relação aos jovens ligados à agricultura familiar, que ao deixarem o campo agravam o desafio da sucessão transitória, identidade e educação rural, assim como fragilizam o desenvolvimento local devido ao êxodo da atividade agropecuária.

A partir de uma base analítica teórica, reflete-se que embora tenha havido uma revalorização da Agricultura Familiar, a inexistência de intervenção Estadual sob o âmbito de políticas públicas agrava os desafios da juventude rural. Redin (2014) destaca ainda que as políticas públicas devem reverter o cenário de

desvalorização e invisibilidade do jovem rural, da mesma forma que precisam proporcionar ao rural as mesmas oportunidades de acesso a bens e serviços encontrados na cidade.

Pimentel e Pimentel (2015) observaram que as mudanças no quadro econômico e social contribuíram para a nova perspectiva do rural e do urbano. Atualmente, os sistemas produtivos no cenário rural não se restringem apenas ao interesse econômico, mas mantêm as características culturais e laços tradicionais, sendo assim, tanto o espaço rural tanto quanto o espaço urbano assumem particularidades que se distinguem e interagem. Ao encontro desse cenário, o turismo, quando não sobreposto às atividades tradicionais locais, vem para contribuir com a absorção e valorização da fusão destes dois espaços. Os autores apontam ainda que a nova ruralidade e economia espacial local podem proporcionar uma maior inter-relação desses ambientes.

Lie e Servais (2015) analisaram, a partir das subdisciplinas da comunicação, o desenvolvimento e mudança social. Os autores destacam, especificamente, que em relação à comunicação rural e agrícola, o poder e a aprendizagem social apresentam-se como questões-chave de um novo pensamento, assim como, apontaram que os processos de facilitação, acompanhamento e avaliação na comunicação rural devem acompanhar as técnicas comunicacionais e infraestrutura das tecnologias de informação e comunicação.

De acordo ainda com avaliação de Lie e Servais (2015), o processo comunicacional atual perpassa pela relação entre o global e o local, como o global é percebido no local e vice-versa, sensibilizando sobre a necessidade de conectar a comunicação à aprendizagem, à troca de conhecimento e à educação.

Oliveira (2014) aponta as mudanças ocasionadas pelo processo de mecanização e revolução industrial, as quais impactaram também os conteúdos comunicacionais para e sobre o mundo rural.

Baker *et. al.* (2014), por meio de um estudo de caso e autoanálise baseados em Bourdieu, relatam a influência que a cidade exerceu sob os camponeses e sob a desestruturação social dos jovens rurais em meados do século

XX. E destacam que, embora as características da cultura rural tenham mudado, elas ainda sobrevivem aos hábitos linguísticos dos galeses de *Y Fro Gymraeg*⁴.

Liquieu (2015) discute o choque cultural que as comunidades rurais germânicas sofreram com o passar dos anos. Do modo de vida tradicional aos contornos da influência da agricultura americana e êxodo rural, as narrativas do grupo estudado destacam a resiliência que a cultura rural e tradição têm passado para não perderem os seus laços.

Por meio da netnografia, o trabalho de Bernardo et al. (2016) analisou a valorização do mundo rural nas comunidades de jovens urbanos ruralizados na rede social *facebook*. Cabe ressaltar que o artigo de Bernardo et al. (2016), teve a participação da autora desta pesquisa, e no qual discutiram, previamente, o objeto deste estudo.

Osterud (2015) tem como abordagem principal relatar que na experiência do êxodo rural de jovens da região de *Nanticoke Valley* não houve a oposição entre a zona rural e a cidade. Em vez de corroer a identidade rural, o contato dos jovens rurais com a sociedade urbana reforçou o senso de que eles pertenciam a grupos culturais distintos. Mesmo em um ambiente diferente, continuaram cultivando a tradição rural.

Lucas et al. (2011) analisaram a configuração da estrutura social dos jovens rurais de um bairro rural do município de Viçosa, Minas Gerais. A observação não participante fundamentou-se nas perspectivas sociais e antropológicas dos conceitos: jovem rural, representação social e identidade, assim como, as políticas públicas direcionadas para o jovem do campo e chamam à atenção para a necessidade de uma política social para valorizar o rural e os jovens.

Bonomo e Souza (2013) refletem sobre a estrutura social e o modo de vida de jovens rurais de uma comunidade e apontam o conflito desse grupo em relação à identidade e valorização da cultura de origem.

Doran e Littrel (2012) observaram a percepção de comportamento e traços tradicionais entre os estados dos Estados Unidos. Destacam ainda que,

⁴ Nome utilizado para se referir à área linguística no país de Gales, no qual a língua galesa é utilizada pela maioria ou uma grande parte da população e reconhecida pelo governo do país, diferente da Irlanda e Escócia.

dentre as representações culturais hegemônicas presentes no país, o meio rural tem uma relação mais fortalecida com o tradicionalismo.

Leão *et al.* (2015), a partir do consumo da marca Johnnie Walker, determinaram três tipos de identidade cultural por meio de signos marcários presentes em comunidades do *facebook*, apresentando uma visão inovadora de como esses indivíduos se relacionam com a marca e entre si. Já Wang *et al.* (2015) abordaram a globalização e as suas implicações sociolinguísticas a partir das novas tecnologias de comunicação e meios de comunicação.

Soares *et al.* (2014), a partir de uma perspectiva socioeconômica, observam que embora as relações entre os espaços rural e urbano estejam cada vez mais próximas, algumas características ainda apresentam particularidade.

Mattos (2012) avaliou a tecnologia como uma extensão do homem, observando-a como ferramenta no processo comunicacional entre o homem e a sociedade. Por outro lado, Corredor *et al.* (2011) exploraram as consequências das novas tecnologias de informação e comunicação sobre a identidade dos jovens.

Sob o contexto territorial, Duarte *et al.* (2015) observaram que as relações entre os espaços rurais e urbanos estão cada vez mais estreitas. No entanto, quando se trata de cidades interioranas, a cultura rural se destaca. Por sua vez, Braga *et al.* (2014) investigaram as mudanças no modo de vida de sociedades rurais e apresenta as diretrizes da ruralização contemporânea.

Freitas *et al.* (2012), respaldados no arcabouço teórico do conceito rural, analisaram as mudanças ocorridas nas políticas públicas voltadas para o desenvolvimento rural e seus efeitos no direcionamento do Estado.

Bonomo *et al.* (2013) observaram as maneiras de pensar, agir e sentir de integrantes de uma comunidade rural da região norte do Espírito Santo, e avaliaram sob a perspectiva psicossocial as percepções da dicotomia rural-urbano.

Trimano (2012) debateu o desenvolvimento da nova ruralidade e as formas de compreensão dos espaços rural e urbano, do mesmo modo que avalia a configuração da variedade comunicacional. Já Silva e Rocha (2011) versam sobre a epistemologia rural-urbano, apoiadas, especialmente, nas linhas de pesquisa da sociologia norte-americana e europeia.

Requena (2016) apontou a relação do desenvolvimento econômico nos espaço rural-urbano relacionado com o bem-estar mental e físico dos indivíduos que

vivem em cada um desses ambientes. Diante de outra perspectiva, Komiya *et al.* (2016) observaram a percepção de diferentes grupos sociais sobre o arrependimento de ter vivido no espaço rural ou no espaço urbano. Por fim, Matijasevic e Silva (2013) debatem as lacunas presentes na discussão sociológica sobre o conceito rural, ruralidade, espaço rural e desenvolvimento rural.

Já entre os assuntos que perpassaram os documentos de dissertações, teses e livros, observou-se que a obra de Lopes (2008), objetivou abordar o desenvolvimento industrial e sócio industrial no Brasil. Embora o objetivo dessa obra difira do foco dessa pesquisa, Lopes (2008) traz uma profunda reflexão sobre as mudanças econômicas e sociais do país, perpassando também por aspectos culturais, comunicacionais, psicológicos e de identidade

Originada da tese de seu doutorado, o livro de Oliven (2010) traçou uma linha temporal para descrever sob a ótica histórica as mudanças entre o Brasil Colonial e o Brasil Moderno. Destacou a influência cultural advinda de outros países, analisando principalmente, a cidade de Porto Alegre, local de seu estudo de caso. A homogeneidade e heterogeneidade cultural das populações urbanas, é o foco da pesquisa do autor. A obra levanta lacunas sobre como a dominação da classe é conduzida e mediada por meio da cultura.

Organizada por Tavancas e Nogueira (2016), a obra reúne teorias de diversas áreas do conhecimento para melhor compreender o fenômeno e evolução da comunicação de massa. Os debates e reflexões sobre identidade e comunicação respaldam compreensões sobre os efeitos sociais contemporâneos atrelados a influência comunicacional.

Oriundo da tese de doutorado, Castro (2012) observa as transformações nas festas tradicionalmente ocorridas no mês de junho, conhecidas também como festas juninas, que segundo o autor, de certo modo, perderam de forma parcial o seu caráter simbólico, familiar e comunitário de modo espontâneo, passando a atender a interesses políticos e comerciais. Nesse ensaio, o autor reflete sobre as transformações sociais, comunicacionais e a interação atual entre a sociedade, mercado e estado influenciando e sendo influenciado pelas tradições.

Seguido pela tríade linguagem, educação e virtualidade, Soto; Mayrink e Gregolin (2009) organizaram apontamentos sobre a nova era de aprendizagem. Docentes discutem teorias e didáticas sobre meios de atender a “Idade Mídia”. Tal

ensaio, oferece importantes reflexões sobre a influência de ferramentas digitais na educação e replicação de comportamentos.

Fonseca e Santos (2009) discute, a partir de um estudo de caso, as dificuldades da juventude rural que vive em assentamentos e quais são suas perspectivas sobre o futuro. De acordo com o autor, as fronteiras do mundo rural e urbano estão cada vez mais integradas, no entanto, a exclusão social vivenciada pelo jovem do campo é de responsabilidade do Estado, que em pleno século XXI mostra-se insuficiente aos problemas e necessidades enfrentadas pelos jovens rurais.

A partir de uma pesquisa participante, Paulo (2010), em sua tese, observa o comportamento de jovens oriundos do espaço rural que estudam na zona urbana. De acordo com a autora, os jovens vivem a heterogeneidade social oferecida nos espaços rural e urbano, nos quais influenciam à construção de sua identidade que, ora é afetada pela vergonha de pertencer ao meio rural, e ora é motivo de orgulho, pois carregam a pureza da vida no campo.

Ao encontro desse estudo, Bonomo (2010) desenvolve a sua tese sob uma profunda observação psicossocial que caracterizam a relação entre a minoria rural e a heterogeneidade urbana vivenciadas de modo próximo. Segundo Bonono, a “análise dos processos identitários ganha maior força, portanto, quando considerada a partir da integração entre os componentes cognitivo, afetivo e valorativo” (BONOMO, 2010, p.394).

Além das análises individuais de cada documento, notou-se que quanto ao tipo de pesquisa 28% dos trabalhos utilizaram a revisão bibliográfica, 19% das pesquisas usaram a revisão bibliográfica descritiva dos materiais analisados. Outros 22% se apoiaram no estudo de caso, 13% em estudo multicaso, e 6% da amostra utilizaram a netnografia, 9% trataram-se de livros, trazendo uma metodologia específica para cada capítulo e 3% optaram pela observação participativa, conforme sintetizado no quadro 8.

Quadro 8 - Análise do objetivo principal e metodologia de cada um dos 32 documentos selecionados para a elaboração da RBS

Nº	Título	Autores	Objetivo Principal	Tipo de Pesquisa	Objetivo e Abordagem
1	O Futuro Incerto do Jovem Rural	Ezequiel Redin	Discutir as relações entre o Jovem Rural e sua possível desvinculação com o campo.	Revisão Bibliográfica	Exploratório Qualitativa
2	Rural, ruralidade e turismo: noções e práticas contemporâneas	Thiago Duarte Pimentel; Mariana Pereira Chaves Pimentel	Discutir a introdução do turismo enquanto prática socioeconômica no ambiente rural e explorar a valorização rural e desenvolvimento local e regional	Revisão Bibliográfica	Exploratório Qualitativa
3	<i>Disciplines in the Field of Communication for Development and Social Change</i>	Rico Lie; Jan Servaes	Enquadrar o atual estado da arte do campo a partir de uma perspectiva baseada na prática de desenvolvimento e na disciplina de ciências da comunicação	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
4	Indústria Cultura e Meio Rural	Valdir de Castro Oliveira	Discute as maneiras como a indústria cultural interpela, nomeia e ressignifica as práticas sociais, políticas e culturais do meio rural.	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
5	<i>Illuminating a Resilient Rural Culture in Twentieth Century Y Fro Gymraeg Using Bourdieu's Bearn</i>	Sally Baker; Brian J. Brown; Emyr Williams	Analisar como os agentes são determinados por estruturas objetivas exercem influência nas comunidades rurais	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
6	<i>Keeping the Farm in the Family Name: Patrimonial Narratives and Negotiations among German-Heritage Farmers</i>	Amanda McMillan Lequieu	Analisar como ocorre o diálogo da cultura rural e os contextos externos da modernidade	Estudo de Caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
7	O jovem urbano ruralizado: análise da comunicação no "mundo rural digital"	Cristiane Hengler Corrêa Bernardo; Juliana Correa Bernardes; Timóteo Ramos Queiroz	Analisar a comunicação dos jovens urbanos ruralizados por meio das comunidades da rede social <i>Facebook</i>	Netnografia	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
8	<i>Rural Youth Culture in Early Twentieth-Century New York State</i>	Grey Osterud	Analisar a cultura da juventude rural no início do século XX no Estado de Nova Iorque.	Estudo de Caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa

9	“Todo mundo conhece a gente agora”: cultura e identidade de jovens rurais em Minas Gerais (Brasil)	Lucas Magno; Sheila Maria Doula; Neide Maria de Almeida Pinto	Analisar a construção de identidades entre os jovens de um bairro rural de Viçosa (estado de Minas Gerais, Brasil) a partir da representação social que eles fazem do projeto artístico de percussão musical “Tambores do Buieie”	Estudo de Caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
10	Representações hegemônicas e polêmicas no contexto identitário rural	Mariana Bonomo; Lídio de Souza	Conhecer as representações do rural e da cidade com intuito de compreender como membros de uma comunidade rural posicionam-se à frente social e simbólica hegemonicamente urbana.	Estudo de Caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
11	<i>Measuring Mainstream US Cultural Values</i>	Caroline Josephine Doran; Romie Frederick Littrell	Analisar de forma comparativa os estados do Estados Unidos sob a perspectiva da representação social e cultural.	Estudo de Multicasos	Exploratório/ Descritivo Mista
12	Diga-me onde andas, que te direi quem és: identidades culturais na comunidade brasileira da marca <i>Johnnie Walker</i>	André Luiz Maranhão de Souza Leão; Thiago Ianatomi; Rodrigo César Tavares Cavalcanti	Analisar como os signos marcários são utilizados nas interações dos consumidores, de modo a estabelecer as identidades dos seus participantes.	Netnografia	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
13	Hábitos e modos de vida no interior de Minas Gerais: uma contribuição ao debate sobre a relação cidade---campo no Brasil contemporâneo	Josarlete Magalhães Soares; Maristela Siolari; Fabiana Silva Dias	Investigar relações existentes entre o meio Urbano e rural, a partir de padrões de consumo, comportamento e tipo de ocupação.	Estudo de Multicasos	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
14	Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital	Javier Alejandro Corredor; Óscar Humberto Pinzón; Rosa Marcela Guerrero	Analisar a relação entre identidade e cultura representadas pela comunicação <i>online</i> .	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
15	<i>Globalization in the margins: Toward a re-evaluation of language and mobility.</i>	Xuan Wang; Max Spotti; Kasper Juffermans; Sjaak Kroon; L. Cornips; Jan Blommaert	Discutir fenômenos de globalização sociolinguística dos ambientes "marginais".	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
16	O papel da tecnologia na construção do conhecimento	Max Cirino de Mattos	Discutir a tecnologia como uma extensão importante do ser humano, capaz de ampliar seus horizontes de aprendizagem e relação com o mundo.	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa

17	Os padrões de consumo no campo e na cidade: a aproximação entre os modos de vidas de citadinos e rurais	Gustavo Bastos Braga; Ana Louise de Carvalho Fiúza; Neide Maria de Almeida Pinto	Analisar os padrões de consumo entre citadinos e rurais, a fim de identificar aspectos relativos às “diferenças e especificidades” em cada um dos contextos.	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Quantitativa
18	Mudanças conceituais do desenvolvimento rural e suas influências nas políticas públicas	Alan Ferreira de Freitas; Alair Ferreira de Freitas; Marcelo Miná Dias	Apresentar as mudanças conceituais do desenvolvimento rural e suas influências na emergência da abordagem territorial em contraposição a “abordagens convencionais” das políticas públicas de desenvolvimento rural.	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
19	Princípios Organizadores das Representações de Rural e Cidade	Mariana Bonomo; Lídio de Souza; Giannino Melotti; Augusto Palmonari	Conhecer os princípios que organizam as tomadas de posição de integrantes de um grupo rural em frente às representações de rural e cidade, a partir da análise dos processos de ancoragem psicológica, social e psicossocial	Estudo de Caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
20	<i>El objeto de estudio de la comunicación, el Sentido de la ruralidad y las nuevas ruralidades En la sociedad contemporânea</i>	Luciana Trimano	Produzir conhecimento sobre o objeto de estudo da comunicação no quadro da “nova ruralidade” na sociedade contemporânea.	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
21	<i>Rural–Urban Living and Level of Economic Development as Factors in Subjective Well-Being</i>	Felix Requena	Examinar o efeito combinado dos ambientes rurais-urbanos e o nível de desenvolvimento econômico de um país sobre o bem-estar subjetivo de seus cidadãos.	Revisão Bibliográfica e Documental	Exploratório/ Descritivo Mista
22	<i>La construcción social de lo rural</i>	María Teresa Matijasevic; Arcila Alexander Ruiz Silva	Analisar as diferentes perspectivas que convergem na construção do conceito Rural	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
23	Contribuições da sociología rural norteamericana e europeia aos conceitos de rural, urbano e suas relações	Clécio Azevedo da Silva; Fernando Goulart Rocha	Analisar o percurso das ideias fundadoras dos conceitos de rural e urbano e o conteúdo inerente às reflexões acerca das relações entre tais espaços	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
24	<i>The Rural–Urban Difference in Interpersonal Regret</i>	Asuka Komiya; Shigehiro Oishi; Minha Lee	Examinar as diferenças rurais-urbanas no arrependimento interpessoal de ter vivido nesses locais.	Estudo de Multicasos	Exploratório/ Descritivo

					Qualitativa
25	Desenvolvimento e mudança social: formação da sociedade urbano industrial no Brasil.	Juarez Rubens Brandão Lopes	Caracterizar as mudanças econômicas e sociais da sociedade brasileira, como processo global.	Cada capítulo trouxe uma metodologia.	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
26	Re-edição de Urbanização e mudança social no Brasil	Ruben George Oliven	Analisar as diferentes diretrizes de urbanização e mudança social no Brasil.	Revisão Bibliográfica	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
27	Antropologia da comunicação de massa	Isabel Travancas Silvia Garcia Nogueira	Analisar a comunicação social e midiática como constituinte da sociabilidade contemporânea, a partir de abordagens teóricas múltiplas dos diferentes campos de conhecimento.	Cada capítulo trouxe uma metodologia.	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
28	Da casa à praça pública: espetaculação das festas juninas no espaço urbano	Janio Roque Barros de Castro	Analisar a dinâmica atual das festas juninas no interior da Bahia, mais especificamente na região econômica do Recôncavo Sul	Estudo de Multicasos	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
29	Linguagem, educação e virtualidade	Ucy Soto Monica Ferreira Mayrink Isadora Valencise Gregolin	Análise multidisciplinar das novas ferramentas tecnológicas que se fazem cada vez mais presentes no processo de ensinar e aprender línguas.	Cada capítulo trouxe uma metodologia.	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
30	Juventude rural e permanência no campo: um estudo de caso sobre a juventude do assentamento rural Flor do Mucuri/ES	Ana Carolina Trindade dos Santos	Analisar quais os elementos que contribuem para a escolha do jovem entre permanecer no campo ou sair definitivamente do meio rural.	Estudo de caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
31	As construções das identidades de jovens rurais na relação com o meio urbano em um pequeno município”	Maria de Assunção Lima de Paulo	Compreender os processos de construção da identidade dos jovens rurais na relação com o meio urbano, tendo como lócus de pesquisa um pequeno município do Nordeste do Brasil, Orobó, situado no Agreste Setentrional de Pernambuco.	Observação participante	Exploratório/ Descritivo Qualitativa
32	Identidade social e representações de rurak ecidade e um context rural comunitário: campo de antinomias	Mariana Bonomo	Identificar, descrever e analisar a identidade social de membros de uma comunidade rural do ES a partir dos processos identitários e das	Estudo de caso	Exploratório/ Descritivo Qualitativa

			representações sociais vinculadas às categorias rural e cidade.		
--	--	--	--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora.

Já em relação ao objetivo/abordagem dos documentos recrutados, 100% dos estudos foram exploratórios e descritivos, dos quais, 91% das pesquisas tiveram abordagem qualitativa, 3% foram tratados de forma quantitativa e 6% mistos.

1.2. Diretrizes obtidas na RBS

A partir do processo metodológico da RBS foi possível estabelecer uma melhor organização e direcionamento das discussões que integrarão o conceito Jovem Urbano Ruralizado. Do mesmo modo, o seu rigor metodológico contribuiu para o direcionamento do estado da arte desta pesquisa.

Dentre abordagens específicas, ressalta-se que as discussões sobre: jovem urbano, jovem rural; jovem urbano; espaço rural e urbano e estereótipo, embora tenham sido analisados em contextos e cenários diversos, apontaram os desafios que o rural enfrenta em todos eles, principalmente, em relação às questões psicossociais, econômicas, políticas e comunicacionais.

Dos 32 documentos selecionados, 29 apresentaram abordagens qualitativas, o que reforça a necessidade do aprofundamento no fenômeno quando se trata de estudos relacionados à sociologia.

Nota-se que a pesquisa utilizou seis expressões de busca em três bases de dados diferentes com o objetivo de realizar uma investigação profunda sobre o tema. Assim como, se ressalta que o termo Jovem Urbano Ruralizado foi investigado de três formas diferentes (termo sem aspas, com aspas e em inglês), o que aumenta a capacidade de busca, entretanto, foi encontrado apenas um trabalho sobre o assunto, no qual a pesquisadora que elabora esta dissertação também é autora.

Observa-se ainda que o fator de impacto dos artigos não foi um critério de seleção, no entanto, a maior parte dos artigos coletados apresentou relevância significativa.

Considera-se que as obras nacionais e internacionais obtidas nesta busca contribuíram para o conhecimento desenvolvido. Do mesmo modo, subsidiaram apontamentos críticos reflexivos na elaboração das discussões desenvolvidas sobre o conceito do jovem urbano ruralizado.

No entanto, a revisão bibliográfica não se encerra na RBS. Além dos artigos, dissertações, teses e livros levantados por meio da RBS também foram

importantes para o estado do conhecimento as indicações de textos e obras por especialistas que abordam a temática em questão.

2 DICOTOMIA ENTRE ESPAÇO RURAL E ESPAÇO URBANO EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO

Parte-se do pressuposto de que a concepção do espaço rural e urbano encontra-se em uma profunda pluralidade ideológica (RUA, 2005). A importância dessa dicotomia, no entanto, depara-se com barreiras nas definições e conformidade conceitual do que é espaço rural e espaço urbano sob a influência da comunicação e da cultura local.

Desse modo, o processo conceitual promovido, envolve relações nas esferas históricas, geográficas, socioeconômicas e culturais que se apresentam intrínsecas ao desdobramento da relação campo-cidade e têm passado por um conjunto de mudanças com impactos significativos nas relações apontadas (RUA, 2005).

Esta ocorrência tem motivado uma série de reflexões, mas que ainda são tratadas de modo compartimentado, tornando imperativo que tal discussão possa se dar de forma interdisciplinar, senão para se chegar a um consenso, pelo menos para avançar em termos conceituais.

Bernardo; Bernardes e Queiróz (2016, 139) destacam que “diversos autores discutem apontamentos que levam a uma tentativa de definição do que é espaço rural e espaço urbano, baseando-se em história, política, cultura, economia e adventos da atualidade, em busca de uma compreensão simplificada destes ambientes”. No entanto, não se alcança um conceito conclusivo com exata diferenciação do ambiente rural e urbano. Até porque não há consenso que permita tal conclusão, uma vez que os espaços atuais estão impregnados uns dos outros.

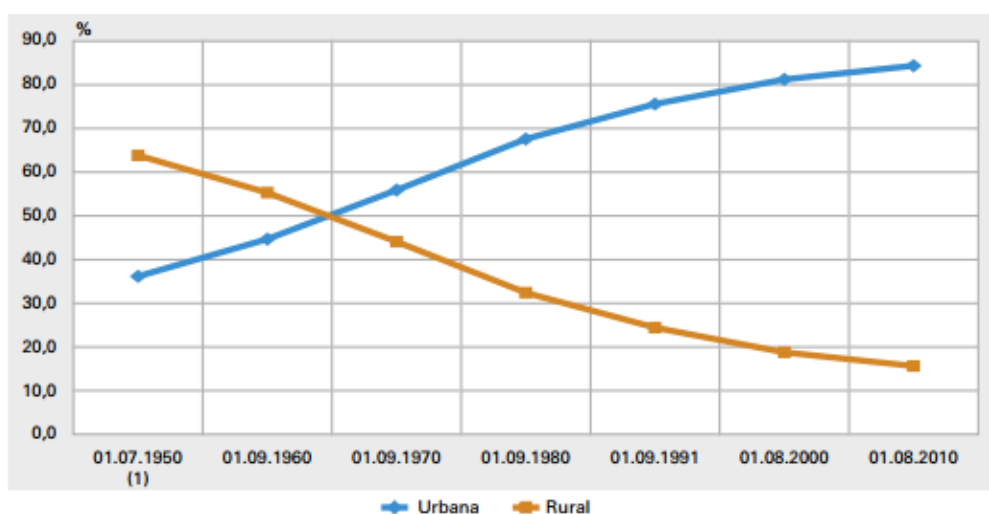
A divisão censitária, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgado em 2010, situa mais de 160 milhões de brasileiros residindo na zona urbana e quase 30 milhões sediados na zona rural, representando estes últimos apenas 16% da população total do país. Essa divisão toma como base os limites geográficos dos municípios que classificam a zona rural e zona urbana.

A situação distributiva, por si, já denota a preocupação que se deve ter com as interferências em ambos os espaços, uma vez que cada vez é menor a

população rural, sendo que entre 2000 e 2010 a redução foi de dois milhões de habitantes (IBGE, 2010). Um êxodo considerado, no mínimo, preocupante.

Segundo o Censo Demográfico de 2010, a redução da população rural é inversamente proporcional ao incremento da população nas cidades, o que evidencia a tendência para o aumento da urbanização no país que já vem ocorrendo desde a década de 1950, devido a ampliação da industrialização brasileira, conforme pode-se observar no gráfico 1.

Gráfico 1 - Proporção populacional por domicílio, Brasil 1950/2010.



Fonte: IBGE (2010).

No entanto, a integração entre o campo e a cidade é marcante e a população que permanece no campo passa a ter muitas das necessidades de quem reside na cidade para que, num cenário econômico e político, possa competir em condições mais equilibradas. A questão da escolaridade, do acesso às tecnologias de informação e de comunicação, ao transporte, à cultura, remetem a uma série de necessidades que nem sempre estão disponíveis no ambiente rural.

Pode-se constatar essa diferença ao se elencar os números de indivíduos maiores de 10 anos alfabetizados na zona urbana e na zona rural, respectivamente 128 milhões e 19 milhões, o que representa que na zona urbana 80% são considerados alfabetizados, enquanto que na zona rural esse percentual é 63% (IBGE, 2010).

Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) revelam que em 2010, a taxa de analfabetismo das pessoas com 15 anos ou mais,

residentes na zona rural, foi de 23,2%. Apesar do número elevado, este valor foi 6,6% mais baixo que no ano 2000. Conforme indicado na tabela 1.

Tabela 1 - Taxa de analfabetismo das pessoas entre 10 ou mais idade e a 15 ou mais idade, por sexo, situação domiciliar e grupos de idade.

Ano	Taxa de analfabetismo (%)				
	Total	Sexo		Situação do domicílio	
		Homens	Mulheres	Urbana	Rural
10 anos ou mais de idade					
2000	12,8	13,2	12,5	9,6	27,7
2010	9,0	9,4	8,7	6,8	21,2
10 a 14 anos de idade					
2000	7,3	9,1	5,3	4,6	16,6
2010	3,9	5,0	2,7	2,9	8,4
15 anos ou mais de idade					
2000	13,6	13,8	13,5	10,2	29,8
2010	9,6	9,9	9,3	7,3	23,2

Fonte: IBGE (2010).

Já no ambiente urbano, apenas 7,3% dos jovens dessa mesma faixa etária ainda eram analfabetos, sendo que, destas, 77,8% residiam em municípios com até 100 mil habitantes.

Nesse contexto, torna-se importante compreender alguns fatores que podem colaborar com uma maior promoção interativa entre os espaços, assim como analisar as lacunas deixadas, senão pela escassez conceitual do que é o cenário rural e cenário urbano, pelo menos pela falta de consenso com relação a tais conceitos.

2.1 Discussões conceituais do espaço rural e urbano

Os conceitos que determinam o que é o espaço rural e o espaço urbano se entrelaçam com o histórico do desenvolvimento rural e os conceitos de divisão de terras. A cobrança de impostos, outrora realizada pela monarquia e agora por poderes públicos municipais, determina e rege ações fiscais com foco no recebimento dos impostos respaldados exclusivamente aos aspectos geográficos dos espaços, desconsiderando do conceito rural-urbano os fatores socioeconômicos, culturais e de identidade. Ao encontro dessa afirmação, Vieiro e

Silveira (2011, p. 258) destacam que “as fronteiras entre o rural e o urbano tornaram-se, cada vez mais, tênues e difusas”.

Por sua vez, a reflexão sobre o desenvolvimento perpassa a escala global, nacional, regional e local, sendo que a perspectiva do desenvolvimento rural se propaga pelo foco agrícola, ambiental e cultural. Além disso, as transformações históricas levaram o enfoque territorial do desenvolvimento além da cidade, o que permitiu o início da inter-relação cidade-campo (VERDE, 2004).

Para Marques (2002), a definição do espaço urbano ocorre por meio da ocupação de habitantes nos municípios e distritos. Dessa maneira, de acordo com o autor, o espaço urbano corresponde aquilo que não é rural.

O estado estabeleceu definições oficiais para fins estatísticos e administrativos, colocando como variáveis para definição os seguintes quesitos: discriminação por meio do patamar populacional; predomínio da atividade agrícola e demarcação político-administrativa.

Nota-se que as diretrizes políticas e econômicas se limitam aos aspectos físicos e sociais, contribuindo para um conceito carente de considerações holísticas, fugindo da concepção sistêmica proposta pela interdisciplinaridade para análises de objetos complexos, como é o caso do ambiente, seja em qual esfera se der a análise.

Ao apontar a ausência da definição universal sobre o meio rural, Abromovay (2000) reflete sobre a contradição conceitual do rural e do urbano, destacando a fusão da cidade-campo.

O rural não é definido por oposição e sim na sua relação com as cidades. Por um lado, o meio rural inclui o que chamamos de “cidades” - em proporções que variam segundo as diferentes definições, abrindo caminho para que se enxergue a existência daquilo que entre nós, é considerado uma contradição nos termos: cidades rurais. [...] Se não há uma definição unitária do que significa “meio rural”, o mesmo se pode dizer a respeito das “cidades” [...] As cidades definem-se com relação a suas funções e sua capacidade variável de imprimir à vida econômica de uma região. (ABROMOVAY, 2000, p. 2 e p.16).

Argumenta-se que o meio rural e a cidade têm possibilitado uma nova construção de seu espaço, necessitando fazer um questionamento sobre as relações complexas que determinam o modo de vida no qual se inserem, desmistificando a fragmentação conceitual singularizada.

De acordo com Ferrão (2000), as realidades contemporâneas direcionadas às áreas rurais incluem espaços urbanos, suburbanos, rurais agrícolas e rurais não agrícolas, os quais se articulam sistemicamente, por um lado de modo conflituoso e por outro de modo simbiótico, resgatando alguns componentes que caracterizaram a relação urbano-rural e vice-versa.

Ferrão (2000) constrói uma relação bastante interessante sobre o mundo rural “antigo” e o atual e suas relações simbióticas ou complementares com o espaço urbano. Para estabelecer essa relação parte da tetralogia na qual era organizada a estrutura arcaica rural tinha como função principal – a produção de alimentos; como atividade econômica – a agricultura; como grupo social de referência – o campesinato, com seus valores, costumes e modos de vidas próprios e, por fim uma paisagem que refletia o equilíbrio entre o ambiente natural e as atividades humanas.

Na relação contemporânea, o espaço rural deixa de ser estritamente agrícola, uma vez que a partir da década de 1980, há uma nova perspectiva de olhar para os mundos rural e urbano, assim como no modo com que estes se relacionam. Como reflete Ferrão (2000), há o rompimento com dois elementos essenciais que compunham a tetralogia - a função principal não mais, necessariamente, tem que ser a produção de alimento e a atividade não tem que ser exclusivamente a agrícola.

Essa nova visão quebra paradigmas seculares e estabelece a valorização da perspectiva não agrícola do mundo rural, partindo do conceito de patrimônio, em três sentidos: a renaturalização – focada na conservação e proteção da natureza; a busca por autenticidade – conservação de patrimônios históricos e culturais para proteção da memória e das identidades e a mercantilização das paisagens – valorização do turismo e do lazer (FERRÃO, 2000).

Nessa mesma direção, Graziano (1993, p.11) já havia destacado a necessidade de quebra dos velhos paradigmas quando diz que

É preciso ampliar essa velha noção de rural para além das atividades produtivas tradicionais (tais como culturas e criação de animais) e incluir no espaço agrário a produção de serviços (tais como lazer, turismo, preservação do meio ambiente, etc.) e de bens não agrícolas como, por exemplo, moradia e artesanato, incluído aí também as formas modernas de trabalho a domicílio, tão comuns nos países desenvolvidos. A nova e esperada onda de modernização no campo assentada na informática, na microeletrônica e na biotecnologia deverá ser ainda mais excludente que suas anteriores. (...) As evidências empíricas disponíveis no caso brasileiro, indicam que as melhorias das condições de vida e trabalho das

populações rurais estão muito mais relacionadas com o 'nível de urbanização' que com o grau de desenvolvimento tecnológico alcançado pelas atividades agropecuárias de uma região.

Nesse sentido, ressalta-se a importância das Tecnologias de Informação e Comunicação para a aproximação entre os ambientes rural e urbano, de modo a colaborar com o processo de desenvolvimento local e regional.

Corroborando com estes apontamentos, Wanderley (2001) determina o espaço local, como o encontro entre estes dois mundos, no entanto, em cada um deles, suas particularidades não são anuladas, ao contrário, determinam a fonte da integração e da cooperação. O resultado desta aproximação não consiste na diluição de um destes espaços, mas na configuração de uma rede de relações que perpassa múltiplos planos, reiterando e viabilizando suas particularidades.

Rua (2005) considera que a cidade se infiltrou no campo e na sociedade rural. Não há contradições entre a cidade e o campo, desse modo, o estilo de vida urbana, a cultura e o capitalismo invadiram e absorveram o meio rural. Já Santos (2002, p. 63) observa que “o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e de sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá”.

Entretanto, as constatações sobre os espaços urbanos e suas possibilidades baniram o espaço rural da posição de antíteses e passaram a considerar novos atores sociais, econômicos, políticos e culturais da modernidade. Neste caso, a globalização, oriunda da modernidade, passou por rearranjos nos processos de acumulação do capital que permeiam todas as dimensões da vida, inclusive o meio rural, buscando novas interações com o espaço urbano (LAUBSTEN, 2011).

Tais interações estão presentes na própria dinâmica do sistema educacional. Dados do Censo Escolar da Educação Básica (BRASIL, 2016) revelam que no período entre 2008 e 2013 houve uma redução de cerca de 850 mil matrículas em escolas rurais. A tecnologia no campo, o êxodo rural e o transporte

escolar oferecido pelo Estado⁵ são fatores que contribuem para que os alunos provenientes do espaço rural estejam integrados às escolas urbanas.

O acesso à infraestrutura que permite o funcionamento das TICs também foi relevante para a integração dos espaços e acesso à chamada modernidade. Como exemplo tem-se o Programa Federal de Universalização de Acesso ao Serviço de Distribuição de Energia Elétrica, conhecido como Programa Luz para Todos e instituído a partir da Lei 10.438/02. O Programa teve como meta o atendimento a 2 milhões de famílias que não tinham acesso à energia elétrica. Após dez anos de existência, o Programa havia atendido mais de 3 milhões de famílias (BRASIL, 2017).

Os resultados decorrentes do programa indicam a aquisição de eletrodomésticos e equipamentos, dentre os quais a recordista foi a televisão, sendo que 81% das famílias adquiriram televisores, num total de mais de 2,5 milhões de unidades. Nesse contexto, pode-se dizer que os meios de comunicação, sobretudo a televisão, que no Brasil ainda é a maior representante da comunicação de massa, abrem as portas da zona rural e levam impactos culturais, sociais e econômicos para o homem do campo (ELETROBRAS, 2013).

Essa afirmação encontra base no conceito de aldeia global tecido por McLuhan e Carpenter (1996, p.47), quando estes afirmam que “os meios eletrônicos de comunicação contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia ou tribo onde tudo acontece a toda gente ao mesmo tempo: todos estão a par de tudo o que acontece e, portanto, no momento mesmo do acontecimento”.

De acordo com Mota (2011, p.42), esses impactos decorrentes da globalização midiática são ainda mais perceptíveis no ambiente rural.

Até o início da década de 90, as famílias que viviam no campo enfrentavam grande isolamento midiático, principalmente em função das limitações geográficas, infraestruturais e financeiras. Com a expansão tecnológica e, principalmente, o crescimento das instalações de energia elétrica, os meios de comunicação tornaram-se acessíveis à grande maioria dos agricultores familiares, em especial as mídias de televisão e rádio. Com a chegada da TV aos lares rurais, o pensamento globalizado, até então pouco acessível ao camponês, passa a fazer parte de sua nova bagagem cognitiva e de suas cotidianidades.

⁵ O transporte escolar é direito garantido na Constituição Federal de 1988 e pela Lei de Diretrizes e Bases (Lei nº 9.394/96).

A modernidade inseriu no campo as tendências urbanas, como a energia elétrica e as conexões via satélite, do mesmo modo que a população do campo levou para a cidade sua cultura, música, moda, culinária e vários costumes. Este fenômeno bloqueou suas definições isoladas, visto que a cidade e o campo dividem o mesmo espaço (FONSECA; SANTOS, 2009).

Além da percepção sobre os adventos da modernidade, Moreira e Hespanhol (2011) constataam que o local e o global, articulados e justapostos, mostram-se como uma das fragmentações do período técnico-científico e informacional e isso provém da velocidade da informação e da fluidez da comunicação.

Diante deste contexto, mesmo com as limitações conceituais, as características dos ambientes que determinam os espaços, vão além da configuração política - cidade-campo, agricultura-indústria, barreiras-desenvolvimento e antropologia-modernidade - desdobra-se em tendências culturais inter-relacionadas e nas relações mediadas e incorporadas nas comunicações presentes nestas influências.

2.2 Processo comunicacional: barreiras no contexto rural e urbano

Entre as condições para tornar-se um conceito operacional, destaca-se a necessidade do amplo conhecimento das culturas e de seu modo de vida, sobretudo em como as pessoas se comunicam nestes ambientes e como elas enfrentam seus dilemas cotidianos, superando as barreiras comunicacionais; incluindo o vocabulário específico utilizado em cada espaço geográfico, seja ele no cenário rural ou no urbano.

Constata Bordenave (2002) que se tornam mais frequentes as pesquisas que definem como a comunicação pode contribuir para o desenvolvimento. Freire (2010) complementa essa constatação quando aborda a dimensão comunicativa como contexto de mudança social.

Neste sentido, a relação do rural e do urbano, apresentada nesta pesquisa, corrobora para este desenvolvimento apontado por Bordenave (2002) e reforçado por Freire (2010).

A interação dialógica entre o campo e a cidade, vai além da produção de alimentos, das relações sociais e profissionais. O processo comunicacional ocorrido nessa interação visa o compartilhamento de informações em uma via de mão dupla, construindo assim o fluxo bilateral de informações (BERNARDO; BERNARDO, 2013).

Torna-se importante ainda ressaltar que, como ajuíza Hall (1984), as relações sociais ocorridas durante o processo de comunicação abarcam não apenas emissor e receptor, mas também seus efeitos recíprocos entre os sujeitos comunicativos. E, portanto, há uma influência mútua entre os comunicadores rural e urbano.

Definir regras de comunicação caracteriza cada experiência pessoal e de cada sociedade, rural ou urbana, e confirma que a comunicação é ao mesmo tempo realidade e modelo cultural. Esta, por sua vez, recebe influência do meio em que é produzida e impacta e é impactada pelo receptor. Trata-se de uma relação inerente às relações sociais. (WOLTON, 2004).

Wolton (2004, p.30) ainda reforça a questão relacional da comunicação ao dizer que na perspectiva intuitiva “comunicar consiste em compartilhar com o outro. Simplesmente não há vida individual e coletiva sem comunicação, não há seres humanos sem sociedade como não há sociedade sem comunicação”.

Nesse sentido é que as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) representam instrumentos essenciais de aproximação entre os ambientes rural e urbano. Ainda é evidente a falta de acesso a determinados meios de comunicação e de informação no ambiente rural. Essa inacessibilidade não se restringe aos novos artefatos tecnológicos e recursos digitais. Muitas vezes, em um país como o Brasil, com dimensões continentais, há regiões nas quais não há acesso nem mesmo à energia elétrica e outras regiões nas quais torres para retransmissão de sinal para internet propiciam a utilização das mais modernas tecnologias (BERNARDO; BERNARDO, 2013).

É fundamental um elo mais forte entre o rural e o urbano, visando o estreitamento das distâncias e a socialização das informações, num fluxo bilateral de comunicação. Parte-se da premissa de que este elo possa ser fortalecido por um processo comunicacional eficiente, minimizando barreiras existentes neste processamento e respeitando os saberes dos indivíduos inseridos nos diferentes

espaços geográficos, independente do mapa conceitual plural que imprime características específicas para o universo rural e urbano (BERNARDO; BERNARDO, 2013).

De acordo com Santos (2003), as tecnologias de informação e comunicação contribuem para uma transformação que propicia novas visões do mundo, interações e quebra de paradigmas.

Nesse sentido, é importante destacar que a inclusão digital seja uma realidade presente também no ambiente rural, pois não basta apenas dar condições técnicas para que o campo disponha de tecnologias de comunicação e informação. É imprescindível que a inserção das TICs (redes físicas: computadores, celular, *smartphone*, satélite, fibra ótica, cabo e serviços: internet, rádio, televisão) no ambiente rural venha acompanhada de uma inclusão digital efetiva (VIEIRA; BERNARDO; SANTANA, 2015).

Barros et al. (2007) corroboram com essa afirmação ao dizerem que a inclusão digital constitui um elemento de destaque para as políticas dentro da sociedade da informação, sobretudo, em países com índices mais altos de desigualdade social advindos da sua conformação histórica. Para tanto, é necessário oferecer formação para que sejam adquiridas competências necessárias às novas realidades sociais, econômicas e culturais da sociedade atual.

A necessidade de aquisição de competências vai ao encontro do que Kroner e Weinstein (1994) já argumentavam quando falavam que as TICs, por si só, não são instrumentos de democratização, muito pelo contrário, elas podem acentuar ainda mais as desigualdades sociais.

3 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O JOVEM E O EXÔDO RURAL

A permanência do jovem no campo tem sido pauta de debates nas mais diversas áreas do conhecimento, uma vez que dados censitários apontam para um êxodo crescente da população rural jovem. Os laços com a cultura de origem e, ao mesmo tempo, o relacionamento com a cultura da “cidade”, são elementos que influenciam as escolhas do jovem rural e conseqüentemente, podem refletir na construção de uma nova identidade (BONOMO, 2013).

Dentro dessa diferença rural-urbano, Carneiro (1998, p.2) destaca que “os jovens oscilam entre o projeto de construir vidas mais individualizadas, o que se expressa no desejo de “melhorarem o padrão de vida”, de “serem algo na vida”, e o compromisso com a família”. Além das possibilidades de crescimento profissional fora da área rural, a vida moderna presente na cidade pode exercer um fascínio e gerar ainda mais conflitos nas escolhas do jovem rural.

O abismo que existia entre a cidade e o campo foi remodelado com a chegada das TICs, e atualmente propiciam um alcance maior sobre a visão do mundo e, despertam o interesse do jovem para um universo cujas possibilidades não têm fronteiras. Castells (2003, p. 7) ao apresentar a revolução tecnológica e a sua influência na relação entre os indivíduos, corrobora com essa afirmação ao dizer que “a difusão da tecnologia amplifica infinitamente seu poder ao se apropriar de seus usuários e redefini-los. As novas tecnologias da informação não são apenas ferramentas para se aplicar, mas processos para se desenvolver”. Tal redefinição é identificada, principalmente, na parcela da sociedade considerada jovem.

Considerando a política como um bem comum⁶, o reconhecimento do jovem como sujeito que tem direitos, faz com que a busca por saúde, educação, segurança e desenvolvimento sejam critérios essenciais para o fortalecimento do jovem enquanto protagonista dessas políticas.

Em 2014, foi publicada uma série sobre juventude do campo intitulada de “Juventude Rural e Políticas Públicas no Brasil”, elaborada pela Secretária Geral da Presidência da República, junto à Secretaria Nacional da Juventude, ao Ministério de Desenvolvimento Agrário e ao Projeto de Cooperação Técnica IICA/ABC/NEAD-MDA. Tal série retrata um diálogo promovido entre o governo e a sociedade civil e que teve como objetivo mobilizar a elaboração de políticas públicas específicas que sejam capazes de suprir as necessidades dos jovens rurais, que segundo Carvalho e Rossetto (2014, p.15), são constituídos por um público específico.

⁶ De acordo com Gonçalves (2002, p. 64), “a palavra política origina-se do grego e significa limite. [...] O resgate desse significado, como limite, talvez nos ajude a entender o verdadeiro significado da política, que é a arte de definir os limites, ou seja, o que é o bem comum”. Já Alves (2008), complementa ao trazer um pensamento crítico reflexivo e afirmar que se trata de “compreender o neoliberalismo em poderio crescente e as metáforas em busca da solidariedade” (ALVES, 2018, p. 13).

[...] representados por oito milhões de brasileiros e brasileiras, com idade de 16 a 29 anos. [...] que abrangem desde a juventude da agricultura familiar, camponesa e assalariada rural, a juventude dos povos e comunidades tradicionais como a juventude quilombola, extrativista, ribeirinha, e ainda a juventude indígena.

A Juventude Rural e Políticas Públicas no Brasil são representadas por ações, programas estaduais e movimentos sociais voltados aos jovens do campo. Barcellos (2014) relacionou as políticas públicas elaboradas desde o ano de 2006 até 2010 e as distribuiu entre: Reunião especializada sobre Agricultura Familiar (REAF); Territórios Rurais da Cidadania; Programa Nacional de Crédito Fundiário (Nossa Primeira Terra); Pronaf – Linha Jovem; Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA); Agenda Nacional de Trabalho Decente para a Juventude (ANTDJ); Política de Saúde Integral de Adolescentes para Jovens e o Comitê Permanente da Juventude Rural – CPJR..

Entretanto, a pesquisa de Barcellos (2014), se desdobrou especificamente sobre o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Linha Jovem - Pronaf - Jovem e ao Programa Nacional de Crédito Fundiário na linha Nossa Primeira Terra – PNCF/NPT.

O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aponta o Pronaf Jovem como uma extensão do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), destinado aos jovens entre 16 a 29 anos e disponibiliza até R\$ 16,5 mil a juros de 2,5% ao ano. O prazo para quitação do financiamento é de 10 anos, com carência de três anos, caso necessário, o prazo de carência poderá ser acrescentado para cinco anos. O financiamento é direcionado à melhorias na estrutura das atividades de produção, tecnificação e gestão do empreendimento rural.

Dos critérios estabelecidos pelo programa, o jovem deve possuir o Cadastro Nacional de Agricultura Familiar - CAF e enquadrar-se nos critérios familiares de acordo com a Lei 9.064, reformulada em 31 de maio de 2017, – que determina: a) enquadra-se nas Unidades Familiares de Produção Agrária - UFPA; b) não possuir mais que quatro módulos fiscais; d) gerar 50% ou mais da renda bruta familiar da agricultura familiar; c) auferir, no mínimo, metade da renda familiar de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; d) ser a gestão do estabelecimento ou do empreendimento estritamente familiar.

Além das regras descritas, o jovem deve ter: 1) concluído ou cursando o último período em centros familiares rurais de formação por alternância, que atendam à legislação em vigor para instituição de ensino; 2) concluído ou cursando o último período em colégios técnicos agrícolas de nível médio, ou, esteja há mais de um ano, cursando ciências agrárias ou medicina veterinária em instituição de ensino superior, que atendam à legislação em vigor para instituição de ensino; 3) participado de curso ou estágio de formação profissional com os requisitos previstos pela Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário; 4) possuído orientação e acompanhamento de estabelecimentos de assistência técnica e extensão rural reconhecida pela instituição financeira e pela SAF/MDA; 5) participado de cursos de formação do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec ou do Programa Nacional de Educação no Campo – Pronacampo.

Já o Programa Nacional de Crédito Fundiário na linha Nossa Primeira Terra – PNCF/NPT, de acordo com MDA (2016), é direcionado aos jovens rurais que desejam comprar uma propriedade rural, filhos de agricultores, estudantes de escolas agrícolas e dos centros familiares de formação por alternância, com idade de 18 a 29 anos ou de jovens rurais emancipados de 16 à 18 anos com renda familiar anual de até R\$ 30 mil e patrimônio anual abaixo de R\$ 60 mil. Essa linha de crédito oferece: I) até R\$ 80 mil na aquisição do imóvel e investimento em infraestrutura coletiva – SIC; II) recurso de R\$ 7.500 para Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), durante cinco anos, com parcelas anuais de R\$ 1.500 por beneficiário; III) taxas de juros de 0,5% ao ano, bônus de 40% para aqueles que efetuarem o pagamento em dia e bônus de 10% para terra negociada abaixo do preço do mercado. A NPT tem acesso coletivo, no entanto, o financiamento é individual, prevendo o adicional de até R\$ 1.000,00 por membro organizado em associação e o financiador tem até 35 anos para quitar o empréstimo, com até três anos de carência.

Percebe-se que as ações e programas voltados à juventude rural são decorrentes de um amplo processo de formulação de políticas, que visam o desenvolvimento rural e preconizam o fomento agrícola, no entanto, pouco se sabe sobre o conhecimento dos jovens rurais acerca das políticas públicas, o que justifica a necessidade de pesquisas nessa área. Diante desse contexto, se reflete sobre os

impactos ocasionados na conduta e hábitos do jovem contemporâneo, que podem encontrar no universo midiático a ponte para expressar políticas, fomentar ideias, compartilhar conhecimento e se identificar com outras culturas.

4 A MÍDIA E A CRIAÇÃO DOS ESTERIÓTIPOS

A sociedade atual apresenta padrões de comportamento que variam de acordo com diferentes aspectos. Na parcela da população considerada jovem observa-se um grupo, bastante significativo, especificamente nas cidades interioranas, que apesar de residirem na cidade, terem acesso às novas tecnologias que os conectam com o mundo globalizado e com as facilidades de informação e comunicação advindas do mundo digital, adotam, como estilo de vida, características advindas da zona rural.

Tal adoção acaba originando um grupo de jovens com um estereótipo construído a partir de atributos que caracterizam, a princípio, o habitante da zona rural. O 'Jovem Urbano Ruralizado', grupo já conceituado por Bernardes e Bernardo (2015) distingue-se do urbano, uma vez que este primeiro assume características culturais da zona rural, mesmo sem ter vínculo direto com o ambiente, sem nunca ter residido no campo ou ser proprietário de área rural.

Os traços deste grupo não se restringem ao vestuário e acessórios, mas também se relacionam a aspectos socioculturais. A linguagem por sua vez, caracteriza um importante papel para este estereótipo, de modo que a imagem somada a pronúncia típica, reforçam o pertencimento ao grupo.

Ao refletir sobre a física mística da linguagem, Maffesoli (1996, p.125) destaca a onipresença da imagem na sociedade: "tão poderoso é o fantasma da autenticidade, tão enraizado está, a preocupação intelectual de procurar a verdade vai além do que se vê". Aqui, o autor reflete sobre as tendências que levam o indivíduo a se identificar com o ambiente no qual vive, e completa, a forma é formadora, de modo que a estreita conexão entre a forma exterior e a forma interior sofre uma constante inter-relação e interdependência, tratando-se de um mecanismo essencialmente complexo ao qual se encontra conectado com os sentimentos do indivíduo.

Maffesoli (1996) relata ainda que a forma ambiente e a as formas subsequentes delimitam um campo magnético no qual, por aparências interpostas, gostos, “looks” ou clãs, manifestam-se por meio de jogos da atração-repulsão, de modo que os seus resultados modelam a sociedade em que vivemos. Nota-se que os fenômenos da identificação nos ensinam, de modo paradoxal, que a pessoa pode se expressar diante de sua individualidade e ao mesmo tempo, por meio de um coletivo na sociedade.

Num mundo de fronteiras dissolvidas e de continuidades rompidas, Hall (2006, p.75), complementa, “quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado de estilos [...] e sistemas de comunicação globalmente interligado, mais as identidades se tornam desvinculadas [...] e parecem flutuar livremente”.

Diante deste contexto, consideram-se também os elementos visuais elaborados a partir da cultura rural. As imagens pertencentes às tais caracterizações transmitem mensagens que absorvem e refletem a cultura do campo, e que atualmente também são refletidas no universo digital.

A imagem do jovem urbano ruralizado, ao mesmo tempo em que busca a identidade com o homem rural, tem seu visual muito mais assemelhado à figura do *cowboy*⁷, representante da cultura norte-americana. Tal cultura foi amplamente divulgada no Brasil por meio do cinema, da moda, das propagandas e até mesmo da literatura. Explica essa imagem Barthes (1993), que ao denominar o estereótipo de “vírus da essência”, alega que este restringe as características de um determinado grupo a determinados traços.

O estereótipo do homem rural brasileiro, durante muito tempo e ainda hoje no imaginário social, esteve ligado à figura do Jeca Tatu, personagem de Monteiro Lobato, que constrói a imagem do habitante da zona rural como mal vestido, preguiçoso, desconfiado, de hábitos brutos e sem higiene (RESENDE, 2007).

Reforça também esse estereótipo – Mazzaropi - eternizado nas telas pelo Ator Amácio Mazzaropi, idealizador do personagem e dos roteiros anedóticos que

⁷ Palavra de origem inglesa, designada para caracterizar o homem que conduz a boiada e/ou o encarregado de tratar as vacas. A expressão se consolidou na indústria cinematográfica e literária sobre o Velho Oeste na América do Norte. No Brasil é conhecido como vaqueiro e/ou boiadeiro.

atraíram milhares de brasileiros aos cinemas para se divertir com as histórias que retratam uma imagem cômica do homem rural.

Tal estereótipo não foi atrativo para que o jovem, mesmo o do ambiente rural, se identificasse com esse modelo. Fato que corrobora inclusive com uma alta taxa de êxodo rural do jovem, em busca de novas condições de vida e adaptação ao sistema de vida urbano que inclui oportunidades de estudo, de saúde, de trabalho e de acessibilidade tanto às necessidades básicas quanto ao entretenimento e às tecnologias de informação e comunicação. Já o estereótipo do *cowboy* norte americano traz um modelo de homem que, apesar de rústico é gentil com as mulheres, másculo, inteligente e corajoso. É a figura do herói. Este estereótipo sim atrai o jovem que troca “o tênis e o gel pela bota e o chapéu”, como se pode verificar na Imagem 1, apresentada a seguir e extraída de um grupo integrante da rede social *facebook*.

Figura 4 – Estereótipo do *Cowboy* norte americano.



Fonte: Comunidade do *Facebook* “Bruto, rústico e sistemático – Mar.2017”.

Corrobora com essa reflexão Resende (2007, p.27), ao dizer que a manutenção simbólica da dimensão cultural do “rural dentro do urbano” expressa os traços da cultura *country*, cada vez mais presente na cultura brasileira. Essa identificação com a cultura rural, sobretudo por meio do *cowboy*, nitidamente, vem se refletindo nas redes sociais, sobretudo em grupos específicos que se nomeiam como representantes dessa imagem.

Tal reflexão faz sentido diante do fato de que a extensão comunicacional, em nível mundial, propiciada por redes sociais, como o *Facebook*, recebeu novas

formas de comunicar-se e atualmente representa não só um avanço tecnológico, como também social e cultural (GOLLNER, 2011).

Essa reflexão pode ser verificada nas Imagens 2 e 3 apresentadas a seguir e que representam duas comunidades diferentes da Rede *Facebook*.

Figura 5 - Jovem Urbano Ruralizado da atualidade.



Fonte: Comunidade do Facebook “Os Brutos do Rodeio– Mar.2017”.

Nessa imagem, a combinação entre o chapéu e a calça *jeans* encontra complemento em acessórios urbanos, como os óculos de sol espelhados e a camisa polo. O acessório do pescoço do cachorro, um lenço com imagens características denominadas *patch*, reforça ainda mais o estereótipo do jovem que o conduz, evidenciando suas preferências pela chamada cultura *country*. O termo *patch* que na língua portuguesa significa remendando também remete a simbologia do rural, tanto que no Brasil, durante as festas juninas as pessoas, para caracterizarem o homem rural colocam remendos nas roupas.

Figura 6 - Jovens Urbanos Ruralizados - estereótipo do cowboy brasileiro moderno.



Fonte: Comunidade do Facebook “Os Brutos do Rodeio– Mar.2017”.

A figura 6 traz os elementos simbólicos do estereótipo apresentado do Jovem Urbano Ruralizado – o chapéu, a bota, os cintos com fivelas, a calça jeans e até mesmo a posição da foto que alia a simpatia do sorriso aos braços cruzados, atitude de proteção. Percebe-se que a figura do cavalo é substituída pelo carro.

O poder da mídia no reforço aos estereótipos apresenta imenso potencial e merece uma reflexão bastante profunda, uma vez que o consumo inconsciente pode apresentar consequências desastrosas e influenciar negativamente uma cultura, até mesmo destruindo tradições seculares (HALL, 2006).

Essa reflexão encontra aponte em Lippmann (1998), uma vez que este diz que diante de toda a complexidade atual e do movimento caótico da sociedade, os estereótipos podem representar uma zona de conforto; o espaço já está posto e é muito mais fácil para o homem adaptar-se ao que já está colocado pela sociedade do que estabelecer suas condições.

Lippmann (1998) faz outra consideração acerca do estereótipo, que muito se assemelha ao observado no grupo analisado. Reflete que a identificação com um estereótipo também pode decorrer de uma defesa do ser humano, como fortalecimento do seu *status quo* na sociedade onde está inserido. ‘Vestir um estereótipo’ significa vestir costumes, hábitos, gostos e até valores já categorizados e isso propicia uma inclusão em um determinado grupo. Para o jovem, esse sentimento de pertencimento é muito importante e ingressar em um modelo no qual

acredita, poder proporcionar-lhe prestígio e o faz aceitar as condições pré-estabelecidas pelo estereótipo adotado.

5 METODOLOGIA

Delimitou-se como sujeito desta pesquisa o público jovem, que de acordo com a classificação do Estatuto da Juventude - Lei 12.842/2013, está na faixa etária entre 15 e 29 anos.

Como sujeito da pesquisa circunscreve-se o jovem urbano ruralizado, no sentido, já previamente concebido nas características mais gerais apresentadas na introdução desta dissertação. Como aporte metodológico este trabalho buscou na revisão bibliográfica sistemática, já apresentada na primeira parte da metodologia desta dissertação, as teorias que sustentam as distinções históricas entre o rural e o urbano, assim como as características socioeconômicas, políticas e culturais que caracterizam um novo sujeito – o jovem urbano ruralizado.

Para atingir o objetivo e buscar a resposta ao problema de pesquisa apresentado, o desenvolvimento desta análise fez uso da netnografia que, de acordo com Kozinets (2011) é uma observação do artefato cultural realizada dentro da rede social, abordando os aspectos culturais que caracterizam a comunidade *online* e o seu capital social. As comunidades escolhidas para essa pesquisa tiveram como critérios o tema compatível com o objeto da pesquisa, número relevante de seguidores⁸ e representadas por gírias usuais na linguagem rural, assim como, códigos que representam o dia a dia no campo.

Ressalta-se que essa pesquisa não analisa a ferramenta comunidade virtual, mas sim, a interação dos membros inseridos nessas comunidades.

Diante desse contexto, elegeu-se quatro comunidades virtuais que receberam o nome de: Comunidade X; Comunidade Y; Comunidade Z; e Comunidade W.

Para clarificar os lócus de análise faz-se, brevemente, a descrição das comunidades analisadas. No capítulo 7, item 7.1, essa descrição é apresentada de maneira mais detalhada. A comunidade X apresenta-se como apoiadora da cultura rural, especificamente da tradição dos rodeios, valorizando e defendendo eventos,

⁸ Nessa pesquisa, considera-se relevante com unidades que tenham mais de 30.000 seguidores.

peões, tratadores, tropeiros e o bem-estar animal que envolve os animais utilizados em locais de aglomerações para fins de exposições agropecuárias e competições esportivas. Essa comunidade reúne 30.884 membros e 32.577 seguidores.

Com 884.710 membros e 886.001 seguidores, a comunidade Y traz o hibridismo brutalidade-sensibilidade presente no dia a dia de pessoas que se identificam com hábitos e tendências rurais.

Formada por 316.346 membros e 318.096 seguidores, a comunidade Z ressalta o bem-estar proporcionado pela vida campestre e destaca os costumes que vão desde a culinária até a paisagem local.

Já a comunidade W é constituída por mais de 1.200.000 de seguidores e acompanhada por 1.100.000 usuários. Emissora de informações e notícias pertinentes ao mundo do agronegócio, a comunidade W também compartilha a rotina e amor pela vida no campo, disponibilizados pelos seus usuários.

A partir do respaldo do estado da arte alcançado na metodologia da RBS, o estudo observacional e descritivo das quatro comunidades selecionadas nos períodos de 03 a 17 de junho de 2015; 03 a 30 de outubro de 2017; e de 08 de dezembro de 2017 a 08 de janeiro de 2018. Ressalta-se que o período analisado no ano de 2015 foi o ponta pé inicial para a observação das características do Jovem Urbano Ruralizado e as outras datas seguiram períodos próximos devido a fase investigativa dessa pesquisa. Todos os períodos citados seguiram as seguintes etapas:

1. Identificar os formadores de opinião e códigos comportamentais;
2. Rituais/hábitos dos usuários (moda, música, lugares, *hashtags*⁹);
3. Compreender a estrutura de comunicação da comunidade/grupo;
4. Estudar o fluxo de comunicação/grupo;
5. Tipos de relação da rede (trocas realizadas pelos membros da comunidade);
6. Discutir padrões e hábitos sociais das relações da rede.

Além disso, para respaldar a caracterização do conceito de jovem urbano ruralizado, trilhou-se ainda uma descrição exploratória das características destes jovens, desde a questão da imagem, traduzida pelas vestimentas e modo de falar,

⁹ Palavra-chave antecedida pelo símbolo #, que caracterizam uma interação dinâmica na rede social quando utilizadas.

até questões socioeconômicas que envolvem gosto musical, lazer, escolha profissional, dentre outras. Como ferramenta de coleta de dados que complementa a análise netnográfica, utilizou-se um questionário semiestruturado elaborado por meio da plataforma *Google forms* e compartilhado na rede social W, devido ao seu expressivo número de seguidores compatíveis com o objetivo dessa pesquisa.

O questionário que esteve disponível na comunidade W no período de 4 a 15 de janeiro de 2018, apresentou 21 questões que avaliaram a relação do respondente com a cultura rural, totalizando 303 respondentes. O questionário está disponível no apêndice 1 dessa dissertação.

Das questões elaboradas, o questionário abordou questões sobre o perfil dos respondentes; contato com o campo; uso de vestimenta e/ou adereços advindos da cultura rural; contato com a identidade rural; grau de importância aos aspectos que mais os atraem na cultura rural; interesse de residir no campo e fatores impeditivos para o mesmo; mídias utilizadas, acesso a redes sociais e consumo midiático.

6 CARACTERIZAÇÃO DO JOVEM URBANO RURALIZADO

Com o intuito de compreender as características do jovem urbano ruralizado, foram eleitas comunidades presentes na plataforma social *facebook*, que viabilizam uma maneira de interação social complexa, na qual diferentes signos e códigos linguísticos se relacionam para compor a descrição da mensagem, conforme se pode observar no Quadro 9.

Quadro 9 - Características sistemáticas dos grupos da Rede Social *Facebook*

Sistemas	Elementos	Finalidade
Linguístico	Língua - Adaptativo, signos e códigos próprios.	Expressar-se por meio de um estilo de comunicação no qual, emissor e interlocutor se identificam.
Cultural	Grupos de pessoas, lugares, comunidades.	Reforçar crenças, valores e hábitos.
Sociais	Usuários inseridos em um grupo de interesse comum.	Compartilhar informações de interesse comum.
Tecnologia	Códigos de programação, informatização por meio de plataforma e interfaces funcionais e visuais.	Conexão dos usuários por meio da tecnologia.

Fonte: Bernardo; Bernardes e Queiroz (2016).

Para que se possa compreender como essas questões culturais, linguísticas, sociais e tecnológicas se configuram na comunicação dos grupos do *Facebook* realizou-se uma análise netnográfica nos grupos destacados a seguir.

Análise netnográfica das comunidades do *facebook* X; Y, Z e W.

As comunidades no *Facebook* disponibilizam aos gestores (parcialmente aos membros) um valioso banco de dados em relação à estática da comunidade e a interação dos seus membros. O auxílio proporcionado pela plataforma avalia as ações relacionadas à comunidade, de forma que, o número de membros e a relação com o grupo ajudam a acompanhar sua audiência.

Explorar estas informações determina a compreensão do entretenimento diário na página, uma comunidade com um alto alcance pode ser utilizada como formadora de opinião e/ou segmentação de um marketing cultural. As comunidades escolhidas para este trabalho apresentam parâmetros satisfatórios para o estudo proposto.

6.1 Descrição das comunidades virtuais

A comunidade “X”, fundada no início do ano de 2014, é constituída por um grupo de pessoas que se diz amante do rodeio, ou seja, aqueles que admiram e apoiam o esporte, apresentando uma visão cultural, com o objetivo de não deixar o rodeio acabar.

O bem-estar animal e a fiscalização do manejo dos touros, cavalos e outros animais envolvidos nas competições de rodeio por todo o país, por meio de notícias, publicidade e mídia (imagens e vídeos) é destacado na comunidade, assim como as profissões agrárias e as homenagens aos cantores e atores do mundo rural.

Já a comunidade “Y”, criada em agosto de 2011, apresenta-se como um grupo que retrata os estereótipos de rusticidade e brutalidade, mas que também pode ser sensível em amar e ser amado. O nome do grupo faz alusão a este estereótipo. Por meio de notícias personalizadas, trazem mensagens de superação, perseverança, religiosidade, amor à família, aos amigos, aos animais e sobre a

relação homem-animal. São enfatizados lugares onde a cultura sertaneja é evidenciada, decorações e casamentos com temáticas *country*, esportes relacionados a cavalos e touros, assim como a moda, a música sertaneja e *country*. Realiza também a propaganda de acessórios para cavalos e bijuterias com alusões rurais, características para mulheres.

Por sua vez, a comunidade “Z”, não informa quando foi implanta, tratando-se de um grupo que retrata a simplicidade do ambiente rural, onde os casebres e a natureza projetam-se em paisagens encantadoras. O grupo evidencia a tradição rural sob a trilha sonora da música sertaneja de raiz, trazendo desde a culinária até os hábitos cotidianos. A percepção da ruralidade, sob a ótica da moderadora do grupo, é realizada sob um viés poético e artístico. A comunidade trata do modo de vida sertanejo sem limitações ou fronteiras.

A comunidade “W”, fundada em maio de 2014, se autodenomina como o ambiente de entretenimento sobre a Vida no Campo no Brasil. Na opção ‘sobre’ a comunidade, há mais informações para facilitar o contato do usuário diretamente com os moderadores do perfil.

6.1.2 Análise das comunidades virtuais

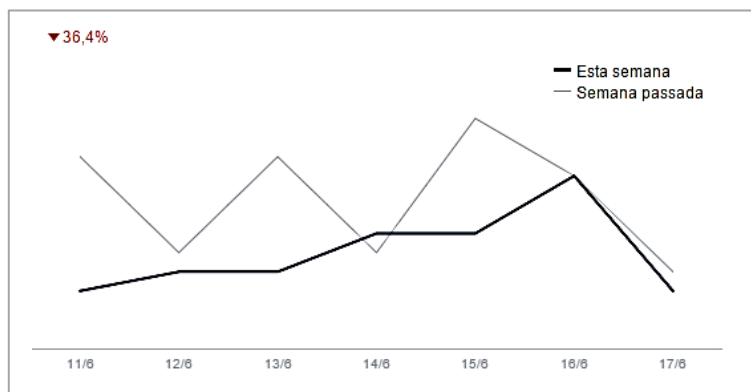
Para se realizar a análise das comunidades descritas, abordou-se fatores foram essenciais para a compreensão de como ocorre a interação entre os integrantes dos grupos (“tribos virtuais”). Dentre estes fatores destacam-se a participação efetiva na comunidade, por meio de compartilhamentos, curtidas, publicações no mural, respostas de enquetes (*questions*), confirmar presença nos eventos anunciados pela comunidade, identificação (“marcar”) de alguém em imagem, mencionar a página usando @ (endereço virtual da página) e fazer *check in* ou comentário de um local.

Diante desses aspectos, iniciam-se as análises das comunidades definidas e muitas destas utilizam os próprios indicadores das análises métricas geradas pela plataforma onde a comunidade está inserida, como se pode ver nos Gráficos das figuras 2, 3 e 4.

A média de participantes da comunidade “X” era de 30.884 membros, no período de 06 de junho a 17 de junho de 2015, sendo que, a média de pessoas

falando sobre a comunidade neste mesmo período era de 918 e a média de novas curtidas diárias na página foi de 44 pessoas.

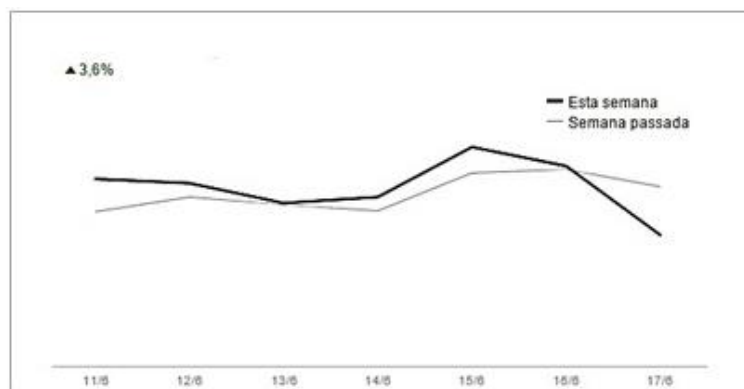
Gráfico 2 - Interação de pessoas na comunidade X



Fonte: comunidade "X".

A comunidade "Y" apresentou no período de análise uma média de 884.710 membros, de modo que a média de pessoas falando sobre a comunidade é de 1.461, e a de novas curtidas diárias foi de 1.438 pessoas.

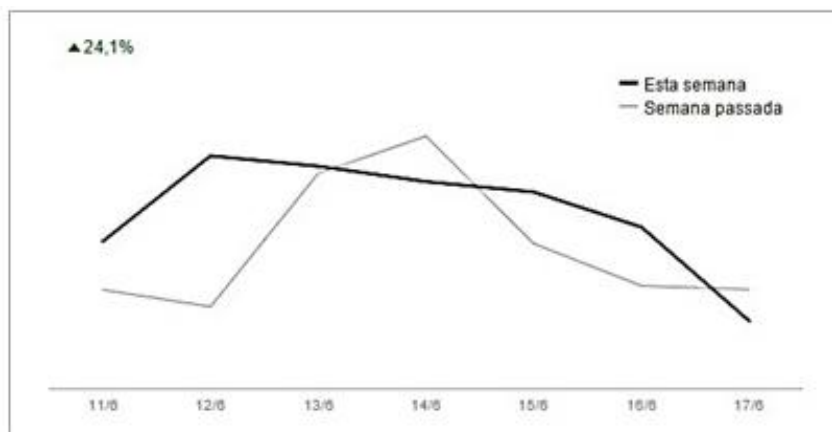
Gráfico 3 - Interação de pessoas na comunidade Y



Fonte: comunidade "Y".

Já a comunidade "Z", expõe no mesmo período, a média de 316.346 membros. A média de pessoas falando sobre a comunidade foi de 46.848 usuários, em uma configuração média de 2.737 novas curtidas diárias à página.

Gráfico 4. Interação de pessoas na comunidade Z.



Fonte: comunidade “Z”.

Já a comunidade “W”, devido a atualização da plataforma social *facebook* apresentaram outras ferramentas de análise. Foram observadas também as métricas sintetizadas pela plataforma *Facebook* disponibilizadas pelo fundador do grupo “W”.

Na área de Fotos, a comunidade W tem compartilhado 4.375 imagens na linha do tempo ou *timeline*¹⁰, 63 imagens compartilhadas no *Facebook* por meio do *Instagram*¹¹ e 13 arquivos disponibilizados por dispositivos móveis.

No que se refere à identificação dos formadores de opinião e seus códigos comportamentais, observa-se que na Comunidade X, o moderador do grupo configura-se como figura central deste processo, e, além dele, constituem parte do fortalecimento da ideia de que o rodeio não maltrata os animais: os tropeiros; representantes das companhias de rodeio; os locutores; salva vidas; médicos veterinários e peões participantes da comunidade.

A comunidade Y apresentou, em relação às notificações, o moderador do grupo como o propagador das informações. Também se utiliza das opiniões de outras comunidades de interesses em comum, reforçando a abordagem dos assuntos relacionados. Em contrapartida, o *feed*¹² de notícias da comunidade Z é

¹⁰ Local onde é possível visualizar publicações pessoais ou as publicações nas quais o moderador foi marcado, organizadas por data.

¹¹ Plataforma social online na qual permite o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, disponibilizando aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr.

¹² Palavra em inglês, do verbo “alimentar”, indicada no termo “*feed* de notícias”, local onde os usuários de internet visualizam os conteúdos atualizados de um determinado site, blog, ou rede social.

composto essencialmente sob a ótica do moderador e na comunidade W, a emissão de informações e notícias é realizada pelo moderador, do mesmo modo, o compartilhamento da rotina dos seus membros.

Quanto aos rituais e hábitos dos participantes nas comunidades, observou-se que na Comunidade X, preserva-se a música do gênero sertanejo, sertanejo universitário, e *country*. Os rodeios por todo o país é o principal local de lazer frequentado pelos membros. Em relação a moda, se apresentam no dia a dia usando o vestuário característico da cultura rural: camisa xadrez, colete, bota, fivela e chapéu e quando se trata dos competidores de rodeio, a calça de couro e os equipamentos de proteção fazem parte do figurino nas montarias.

Já a Comunidade Y, mostrou afeição pelos animais de grande porte, a relação de carinho e respeito homem-animal, assim como o relacionamento de crianças com os animais. Expõe-se o uso dos cavalos no esporte e no lazer, o gosto pela pesca, o hábito de tocar violão, viola e berrante e a locomoção utilizando a carroça, o trator e a camionete. O gosto pelo gênero musical se divide entre o sertanejo, o sertanejo raiz e o *country*.

Foi observada também, a convivência em lugares como rodeios, fazendas, sítios e haras. Verificou-se na mesma comunidade, o rústico como tendência de decoração nas casas e ambientes, assim como, nos casamentos e datas comemorativas. O marketing apresentado neste grupo é por meio de compartilhamentos de imagens de selas e acessórios para cavalo, tais como, bijuterias femininas com motivos rurais.

Na Comunidade Z, constatou-se a vida na fazenda, no espaço rural; contemplou-se a culinária característica da roça, como os pratos tropeiros, o pão caseiro, bolos e doces tradicionais, o uso do fogão a lenha e os utensílios domésticos rústicos, assim como, a rotina das atividades na propriedade, como a ordenha nas vacas, o cuidado com os animais e lida na roça.

Apresentou-se também as horas de folga, por meio da conversa na varanda no final do dia, a prosa ao redor da fogueira acompanhada da viola e o gosto por carros antigos. Observou-se ainda, o gosto musical, principalmente, pelo gênero sertanejo de raiz e as músicas sertanejas da década de 1980 e 1990. Evidenciou-se também a decoração e arquitetura do século XVIII nas sedes das fazendas.

As imagens disponibilizadas na comunidade “W” retratam o amor e interação com animais de grande porte tanto no lazer quando no trabalho e esporte (bovinos e equinos), produtividade agropecuária nos mais diversos setores do agronegócio e regiões do Brasil, fotografias aéreas de propriedades rurais, paisagens que enaltecem a natureza na zona rural, “lida” no campo, datas comemorativas pertinentes ao meio rural, tutoriais de aulas da área de agrárias disponibilizada por universidades brasileiras, informações sobre cursos e palestras. Traz também, momentos no campo disponibilizados pelos membros da página e imagens que enfatizam a cultura e convívio no ambiente rural. Notou-se que é emitido, por meio do texto e fotos, um viés poético e artístico à rotina da vida do campo.

Uma parte dos vídeos encontrados na comunidade “W” enviados pelos membros apresenta momentos vivenciados no campo. O conteúdo vai desde momentos de lazer, “lida” com animais, agricultura (plantio, colheita), implementos agrícolas, tecnologias no campo, até situações engraçadas que envolvem a convivência entre o homem-animal. Os vídeos também mostram o envolvimento dos usuários com a música, instrumentos típicos como a viola e o berrante. Além dos conteúdos citados, existem vídeos inseridos pelos moderadores que apresentam curiosidades sobre animais silvestres e exóticos, anatomia equina e tratamentos de afecções em equinos e bovinos. Vídeos com conteúdo didático em diversos nichos do agronegócio, vídeos em festas agropecuárias, provas equestres e rodeios.

A conscientização sobre o bem-estar animal, situação socioeconômica, sociocultural e política do agronegócio e infraestrutura das estradas brasileiras também são assuntos retratados nos vídeos compartilhados pela comunidade.

Nota-se que a comunidade “W” reporta, de modo fidedigno, a vivência no campo, manejo com animais e agricultura, assim como, o amor pela cultura rural. Observou-se que a comunidade W faz em média cinco postagens por dia, sendo divididas no período da manhã, tarde e noite, e todas são apresentadas com cumprimentos de: bom dia, boa tarde e boa noite. A comunidade W disponibiliza também no ‘espaço comunidade’ três subgrupos fechados, denominados como: Vida no Campo; Classificados Vida no Campo; e Vagas de Emprego, respectivamente com 2.889 membros; 3.188 membros; e outro com 444 membros.

Na Comunidade X foi observada uma queda no número de membros no período analisado, porém, notou-se, que há uma frequência nas postagens e compartilhamentos realizados por seu moderador e membros, sendo a única comunidade que se conecta com outra comunidade aqui observada.

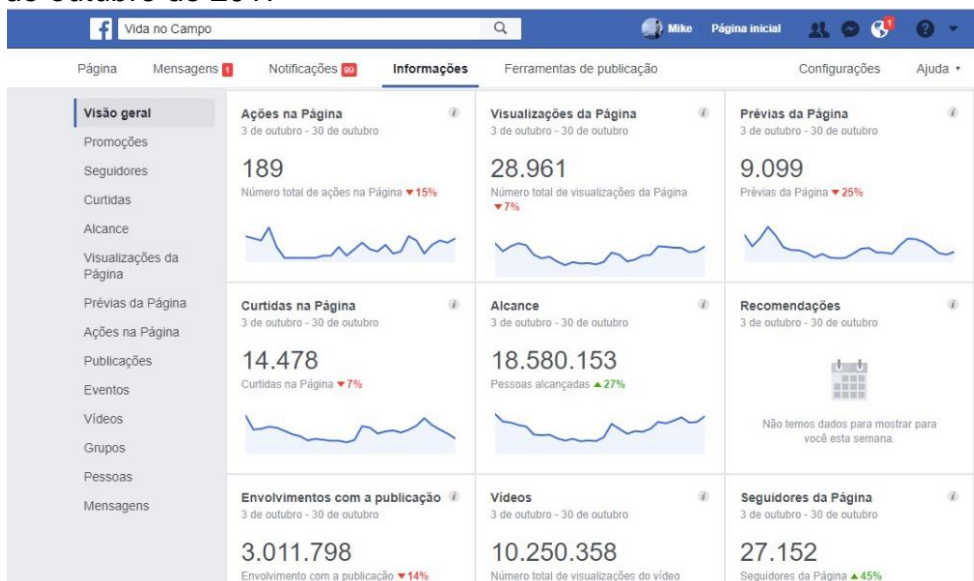
A Comunidade Y, embora seja a que apresenta com um número significativo de participantes (884.710 membros), não há uma regularidade de publicações por meio do moderador, permanecendo-se desatualizada durante todo o período de estudo. Ainda assim, o número de interação dos membros foi crescente.

Já a comunidade Z, mantém uma rotina de publicações personalizadas por seu moderador, estimulando os membros participantes ao *feedback* das postagens e compartilhamento dos conteúdos, proporcionando uma interação elevada.

O maior fluxo de comunicação exposto pelas comunidades está no compartilhamento de imagens, vídeos e textos postados em suas *timelines*, ao contrário de como ocorre nos perfis pessoais dos usuários, que na maioria das vezes, acontece por meio dos comentários de amigos inseridos em suas redes sociais.

Quanto à análise do tráfego de usuários disponibilizado pelo moderador da comunidade W, os dados demonstraram uma relevante interação dos usuários, como se pode observar na figura 7 e 8.

Figura 7 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 03 a 30 de outubro de 2017

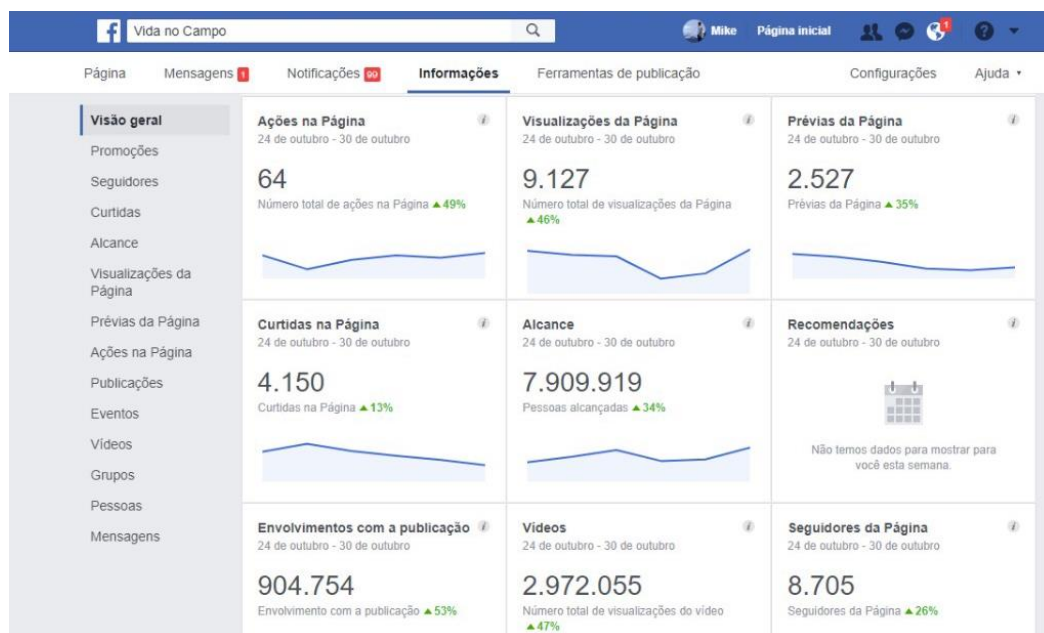


Fonte: Comunidade W, disponibilizada pelo fundador/moderador, sistematizada pelo *Facebook*.

Observa-se que os relatórios oferecidos pela plataforma *Facebook*, nas figuras 7 e 8, oferecem métricas de diversos pontos de vista de análise. No período de 03 a 30 de outubro (27 dias de análise) apresenta um alcance de 18.5 milhões de pessoas, com interação de 3.011 milhões de pessoas (computado quando alguém clica, curte ou compartilha).

Já na análise semanal do dia 24 ao dia 30 de outubro, pode-se avaliar como ocorre a interação semanal dos usuários.

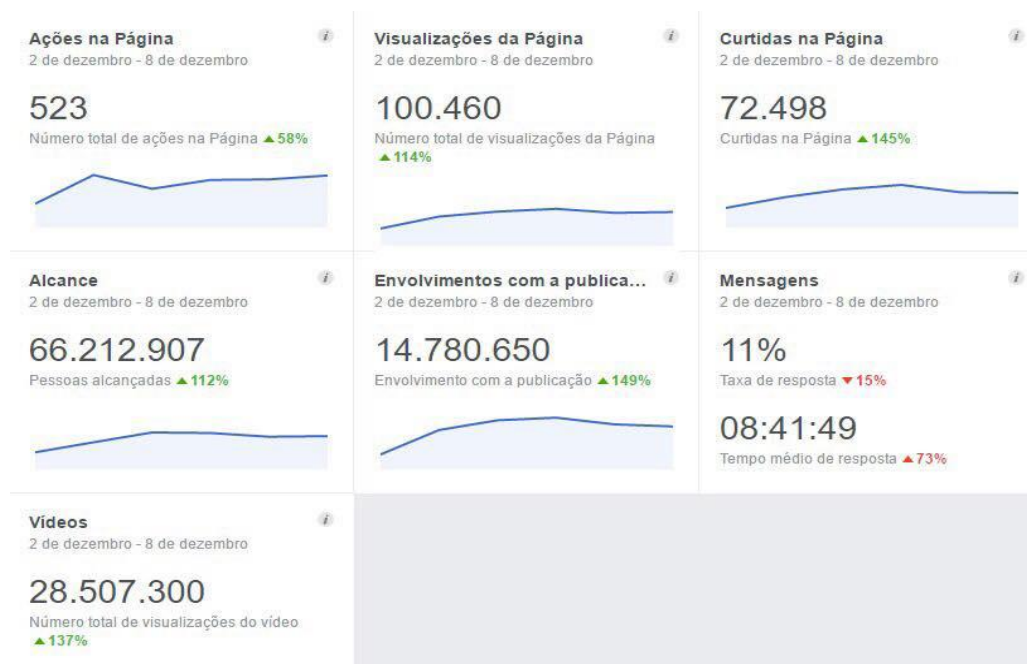
Figura 8 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 24 a 30 de outubro de 2017



Fonte: Comunidade W, disponibilizada pelo fundador/moderador, sistematizada pelo *Facebook*.

Observa-se um alcance semanal de 7,9 milhões de pessoas, com 904,7 mil interações entre os usuários. O moderador da Comunidade complementa dizendo que quando a comunidade bateu a marca de 1 milhão de seguidores o logaritmo mudou muito e a métrica ficou prejudicada. Em dezembro de 2016, o alcance semanal era de 66 milhões de pessoas com um envolvimento de 14,7 milhões, conforme se pode observar na figura 9.

Figura 9 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 02 a 08 de dezembro de 2016



Fonte: Comunidade W, disponibilizada pelo fundador/moderador, sistematizada pelo *Facebook*.

Embora o algoritmo tenha mudado, o moderador ressaltou que a interação nas publicações cresce exponencialmente. Tal afirmativa decorre da observação do número de curtidas e/ou compartilhamentos que cresceu muito, no entanto, a plataforma não oferece relatórios para avaliá-los de modo fidedigno.

Já na análise realizada entre os dias 12 de dezembro de 2017 a 08 de janeiro de 2018, os logaritmos demonstraram um aumento de interação, como se pode observar na figura 10.

Figura 10 – Análise do tráfego dos membros da comunidade W no período de 12 de dezembro de 2017 a 08 de janeiro de 2018



Fonte: Comunidade W, disponibilizada pelo fundador/moderador, sistematizada pela Facebook

Nesse período de análise, observa-se que o alcance entre os meses de janeiro e dezembro foi de 21.663.401 milhões. Com 8.441 curtidas e 31.113 visualizações. Observou-se que embora os percentuais demonstrem quedas, os números quando comparados com a análise de 03 a 30 de outubro de 2017, demonstraram um aumento considerável de interação.

Seguido pela análise netnográfica nos períodos de 08 de dezembro de 2017 a 08 de janeiro de 2018, constatou-se que a comunidade W recebe mais reações¹³ nas postagens quando se tratam de vídeos. Os vídeos observados aqui trazem desde conteúdos educacionais até retratações da “lida” no dia a dia do campo nos contextos de trabalho e entretenimento, com os seguintes contextos: “Bezerrada Nelore Macho”, “Anomalia congênita em potros”; “Raças zebuínas”, “Casqueamento reparativo em equino”, “Lida em curral de alta tecnologia”, “Raças Taurinas contribuindo para a qualidade da carne brasileira”; “Atravessando a boiada

¹³ Após atualização do facebook, a plataforma disponibiliza botões de reações para o conteúdo postado e/ou comentado, tais reações trazem escolhas de comunicação visual e contextual caracterizados por pelos seguintes emojis: Jóia/Curtir- gostar da postagem; Coração/Amei – aprovar o conteúdo; Emoji sorrindo/Haha – demonstrar reação cômica a postagem; Emoji de boa aberta/Uau – manifestar-se surpreendido; Emoji com lágrima/triste – expressar lamentação e Emoji apresentando-se irritado/Grr – demonstrando raiva e/ou total desaprovção.

no rio”, “Churrasco”, “Garanhões brigando em cavalgada”, “Leitão mamando na vaca”, “Cachorro saltando obstáculos”, “Peão ordenhando vaca”; “Montaria: interação homem-cavalo” e “Animais com resistência de manejo na lida”.

Observou-se que alguns vídeos passaram de 434 mil visualizações, sendo que o menos acessado teve um alcance de 6,2 mil visualizações.

Notou-se que nos compartilhamentos de reportagens polêmicas como “Mulher é morta pelos próprios cachorros” e “Cavalo de 1 ano demonstra comportamento diferente no velório do dono”, obteve mais manifestações nos comentários, comparado a postagens de outras imagens nesse período.

Das imagens compartilhadas, seus contextos se enquadram nos cenários de: manejo no campo, interação ser humano-animal, produtor-agricultura, produtor-produção, paisagem do campo, animais de grande porte com alta genética, assim como propagandas de cursos e produtos confeccionados com a marca da comunidade.

Ressalta-se que os membros da comunidade enviam seus materiais para o moderador compartilhar na comunidade. Essa interação representa 98% das postagens.

Nesse período de análise, observou-se interação dos usuários dos estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Bahia, São Paulo, Paraná, Goiás, Tocantins. E dos países Espanha, Argentina e Estados Unidos.

A linguagem utilizada nas quatro comunidades analisadas configura-se como uma linguagem que utiliza gírias e signos oriundos da cultura rural. A Comunidade X foi classificada em comunicação informativa e optativa trazendo mensagens que buscam a persuasão, convencimento, ficando evidentes as frases como as utilizadas em *hashtags*: “rodeio trata, não maltrata”, “fiscalização sim, proibição não”, “100% bons tratos”, “apoio ao bem-estar animal” e “orgulho de pertencer”.

Na Comunidade Y, a linguagem abordou diversos assuntos dentro do contexto “mundo rural”, tratando desde a temática religiosa até a origem dos costumes e hábitos do grupo, essa argumentação foi percebida por meios das seguintes *hashtags*: “*cowboy up*”, “*country life*”, “ainda existem *cowboys*”, “Deus no comando”, “pra cima”, “modão”, “estilo sertanejo” e “os brutos também amam”.

A Comunidade Z apresentou uma linguagem composta por gírias e signos característicos do homem do campo, reforçada pelas *hashtags*: “sertão”, “nóis é da roça”, “modão”, mundo véi sem porteira” e “vida simples e boa”. Percebe-se ainda que os termos utilizados reforçam a modo incomum e que foge das normas da língua culta, habitualmente empregados pelos habitantes da zona rural.

A comunicação na comunidade W classificou-se em informativa e de entretenimento, replicando notícias compartilhadas no portal da página e abrindo espaço para debate entre os usuários.

Observou-se que a interação comunicacional dos usuários da comunidade W ocorreu nos idiomas: português, inglês, espanhol e árabe.

Analisou-se que o movimento de opiniões, assim como as mensagens que buscam enaltecer a cultura rural, ficaram evidentes nas frases como: “esse é o Brasil real! Trabalhador e inteligente! Pra frente Brasil, pra frente!!”, agropecuária é show”, “é disso que eu gosto”, “Isso é lindo demais eu amo as coisa da natureza com animais crianças pássaros verdes e marés lagos açudes isso pra mim é lindo demais”, “amo a vida no campo”, “o campo é a nossa riqueza”, “que lindo essa labora”, “show de imagens”, “bezerrada top”, treinim top”, “bela trincheira”, “isso que é vida no campo? Porque vida no campo é o paraíso”, “O Brasil não dá prá viver sem campo”, “Garrotada linda”, dentre outras, assim como a utilização da *hashtag* “vida no campo” em todas as publicações.

Nas quatro comunidades analisadas, percebeu-se que o emissor do fluxo da comunicação central é o moderador do grupo, de modo que, a comunicação origina-se nele, e a partir do momento em que a publicação da mensagem é realizada, a mesma fica livre para seguir um novo fluxo. Neste momento, o receptor, ao compartilhar a publicação da mensagem, passa ser o emissor do novo fluxo, multiplicando assim, a linguagem, os códigos e os signos das comunidades com outros atores da rede que, podem ou não estarem inseridos na conexão de participantes do grupo.

Observou-se que as redes das comunidades estão relacionadas por meio da ferramenta “curtidas desta página”, da seguinte maneira: a Comunidade X, relaciona-se com a Comunidade Z, no entanto, as Comunidades Y e Z não se relacionam entre si e nem com a Comunidade X, porém, cada comunidade aqui

apresentada, interage com outras comunidades do universo sertanejo. Já a comunidade W, relaciona-se com as outras três comunidades analisadas.

A metodologia utilizada para acompanhar o comportamento e entender o contexto da comunicação do jovem urbano ruralizado foi essencial para alcançar os objetivos aqui propostos. A relação entre a cultura, os costumes e o fluxo comunicacional dentro do ambiente virtual cogita a o crescimento deste fenômeno, visto que, essas redes estão sempre em movimento e ascensão.

Observa-se que a Comunidade X, divulga o rodeio como cultura e esporte, exigindo o respeito pela atividade e apoiando a fiscalização, na qual, se reforçam as opiniões com a participação dos membros no fluxo das mensagens postadas. Na Comunidade Y, ficou evidente a interação dos membros com os hábitos e costumes apontados no grupo. A Comunidade Z apresentou a vida simples do campo com um viés artístico e poético. Por fim, a comunidade W revelou opiniões e vivências em diversas áreas do agronegócio, assim como o amor pela natureza.

7 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO JOVEM URBANO RURALIZADO

Ressalta-se que o Jovem Urbano Ruralizado representa, até o momento, uma população desconhecida, a qual esse trabalho se propôs caracterizar. Como se buscava localizar jovens com o perfil descrito como jovem urbano ruralizado e não se podia pré-estabelecer quem eram ou onde seriam encontrados, optou-se por disponibilizar o questionário a todos os integrantes da comunidade para que após as respostas, fossem localizados aqueles que se enquadravam no perfil que se está conceituando. Para tal seleção partiu-se das seguintes características: primeiro ser jovem (de acordo com o estatuto já descrito na introdução desta pesquisa); não ter residido na zona rural e cujos pais também não o tenham e por fim, o fato de participar dessa comunidade já o caracterizava como simpatizante da cultura rural.

Para tanto, realizou-se a filtragem de características de dados da amostra de 262 respondentes, dos quais pertencem à faixa etária do jovem, sendo que, destes, 53,4% nunca moraram na zona rural, representando 140 pessoas. Entretanto, destes 140 jovens, 25,8% tinham pais que nunca moraram na zona rural, representados por 36 jovens e 74,2% tinham pais que já haviam residido na zona rural, o que totaliza 104 jovens.

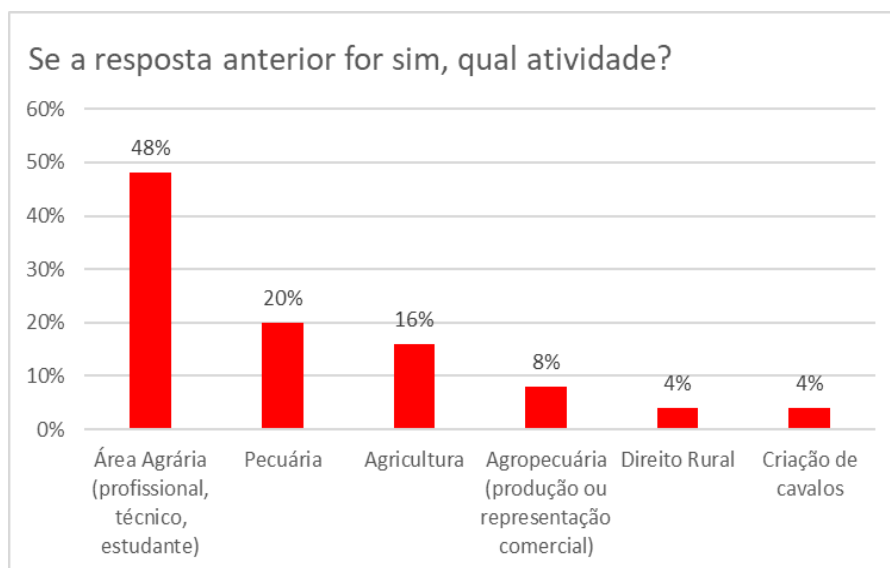
Diante desse contexto, dividiu-se respondentes jovens, que nunca moraram na zona rural em dois grupos, sendo: Grupo 1 – jovens que nunca moraram na zona rural, assim como, os seus pais, pertinentes a característica do jovem urbano ruralizado à priori; e Grupo 2 – jovens que nunca moraram, mas seus pais sim, pertencentes a possíveis observações á posteriori.

Grupo 1: Características dos jovens que nunca moraram na zona rural, assim como, os seus pais

Dos 36 respondentes, 50% são do gênero masculino e outros 50% feminino. Percebe-se um equilíbrio entre os respondentes do sexo feminino e masculino. Tal proporcionalidade mostra-se interessante ao passo que a maior parte das atividades relacionadas aos torneios tem um maior espaço para o público masculino, como as montarias em touro e cavalo. Entretanto, as mulheres também têm ganhado espaço nessa área, como nas provas de laço, três tambores, hipismo, entre outros

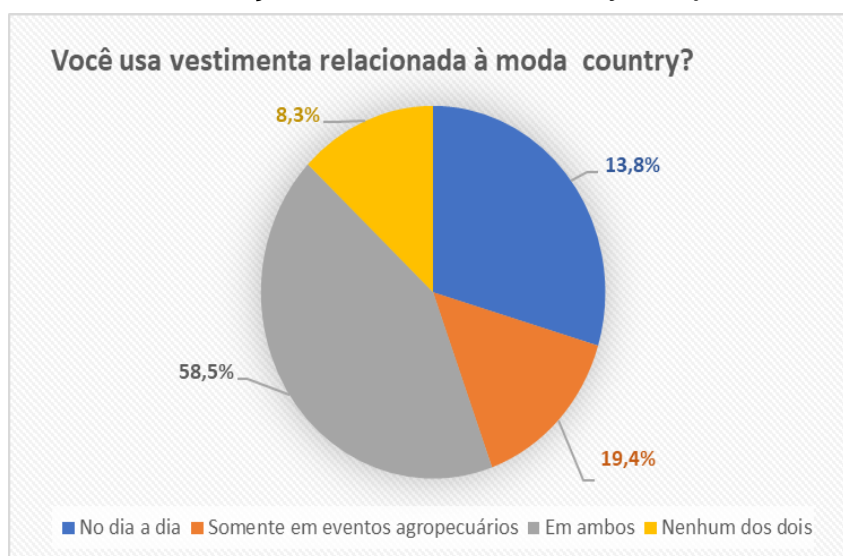
Desse grupo, quando questionados se trabalham ou exercem alguma atividade no ambiente rural, 52,3% afirmaram estar envolvidos com o ambiente rural e 47,3% não exercem atividades no campo. Dos que estão ligados às atividades no ambiente rural, 48% afirmaram ser estudantes, técnicos ou profissionais da área agrária (medicina veterinária, agronomia, zootecnia); 20% pecuaristas (bovinocultura de leite e/ou corte); 16% agricultores (cafeicultura, bananicultura, plantação de laranja); 8% atuam na área agropecuária (produção e/ou representação comercial); 4% trabalham com direito rural e outros 4% com criação de cavalos. De acordo com Maffesoli (1996), o ambiente em que vivemos delimita um campo magnético no qual se pode atrair ou repulsar aparências, nesse sentido, fica evidente que a atração dos jovens do grupo 1 pelo campo ocorre por meio da sua identificação com o ambiente rural, sem necessariamente ter tido vivências anteriores em atividades que permeiam o universo rural, como acontece com jovem rural ou o jovem urbano, conforme se pode observar no gráfico 5.

Gráfico 5 - Atuação profissional dos jovens do grupo 1 no ambiente rural



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Em relação à vestimenta rural, 13,8% disseram usar no dia a dia; 19,4% usam em eventos agropecuários; 58,5% relataram usar em ambas as situações e 8,3% afirmaram nunca usar tal estilo roupa. Conforme apresentado no gráfico 6.

Gráfico 6 - Utilização de vestimenta *country* dos jovens do grupo 1

Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Observa-se que 52,3% indicaram trabalhar ou exercer atividades no ambiente rural, no entanto, dos respondentes do grupo 1 que afirmaram utilizar a *roupa country* no dia a dia; em ambas situações e somente em eventos

agropecuários totalizam 91,7% das respostas. Tal porcentagem pode sugerir que uma parcela dos 47,3% dos jovens que declaram não ter atividades no campo utilizam a vestimenta *country* em outras rotinas, já que 8,3% alegaram não fazer o uso da vestimenta *country*. Esse contexto é condizente com a observação de Hall (2006) quando diz que identidades se tornam desvinculadas e parecem flutuar livremente. Nesse sentido, o jovem do grupo 1 não necessariamente precisa estar vinculado às atividades rurais para fazer uso da vestimenta *country*.

Sobre possuir carro, 50% responderam que sim, e outros 50% afirmaram não ter carro. Daqueles que têm carro, 58,3% disseram ter carro utilitário, e 41,7% não. Nota-se que os respondentes que indicaram ter carro utilitário apresentaram um percentual maior que os jovens que exercem atividades relacionadas com o campo (52,3%), o que se pode sugerir que há uma parte dos jovens do grupo 1 que faz uso do veículo utilitário por outros motivos que excluem a necessidade profissional.

Quando questionados sobre a principal atividade de lazer, ir para a zona rural (sítio, fazenda, haras) representou 28,2%; cavalgada (no sentido de evento organizado) e andar a cavalo (atividade não organizada) representou 20,9% das atividades; beber e sair com os amigos foram citados por 18,6 % dos respondentes; 16,2% preferem viajar nas horas de lazer; 11,5% apontaram atividades como: rodeio; ecoturismo; leitura; tomar tereré atirar; e 4,6% afirmaram ouvir música e ir para shows. Percebe-se que a maior parte das atividades de entretenimento indicada pelos jovens do grupo 1 está relacionada com o campo. Esse resultado encontra ressonância em Ferrão (2000) que observou que a valorização do rural vai além das atividades agrícolas, também se relaciona com a valorização do turismo e do lazer.

Sobre se identificarem com a cultura rural, 96% dos respondentes afirmaram que sim, e 4% disseram que não.

Observa-se que 4% dos jovens relataram não se identificar com a cultura rural, de acordo com tal porcentagem sugere-se que esse mesmo grupo se liga a cultura rural por meio de outros interesses, ou até mesmo se simpatiza com a cultura rural, já que são membros da comunidade na qual foi divulgado o questionário. Quando questionados sobre os aspectos que mais os atraem na cultura rural, os respondentes deveriam classificar de 1 a 5, na qual 5 significava muito relevante, 4 relevante, 3 indiferente, 2 baixa relevância e 1 irrelevante. Notou-se que em relação aos esportes rurais, 28,1% disseram ser muito relevante; 12,5% relevante; 32,5%

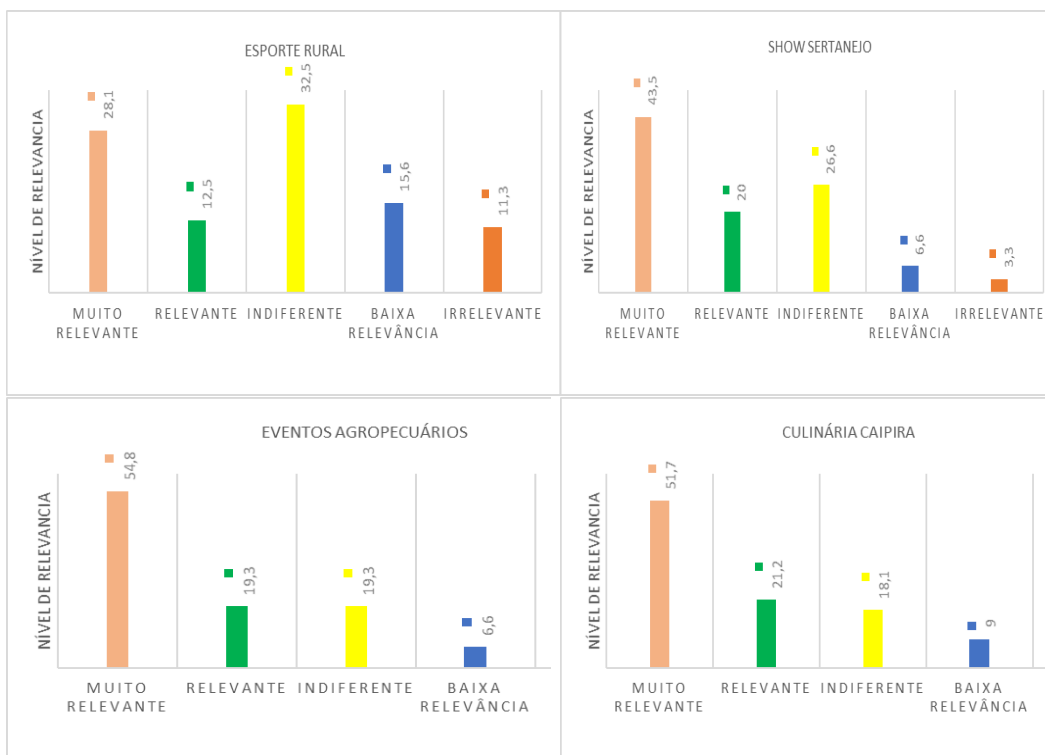
indiferente; 15,6% baixa relevância e 11,3% irrelevante. Percebe-se que 40,6% dos respondentes consideram os esportes rurais importantes, o que se sugere a valorização pelas competições atreladas a esses esportes.

Quanto aos shows sertanejos, 43,5% confirmaram muita relevância; 20% relevante; 26,6% indiferente; 6,6% baixa relevância e 3,3% irrelevantes. Notou-se que 63,5% dos respondentes indicaram os shows sertanejos como sendo importante, o que pode se considerar a atração por esse estilo de música.

Os eventos agropecuários apresentam alta relevância para 54,8% dos respondentes; 19,3% relevante; 19,3% indiferente; 6,6 irrelevante e nenhum dos respondentes classificaram os eventos agropecuários como irrelevantes. Percebe-se que 74,1% dos respondentes indicaram a importância dos eventos agropecuários, uma vez que esses eventos englobam exposições, rodeios, provas equestres, culinária típica, shows, entre outras atividades de entretenimento. Segundo Rua (2005) a cidade se infiltrou no campo e na sociedade rural, a cultura e o capitalismo invadiram e absorveram o meio rural. Desse modo, fica evidente nas respostas que o consumo de outros setores do agronegócio que não se limitam a produção agropecuária é relevante.

Em relação à culinária caipira, 51,7% disseram ser muito relevante; 21,2% relevante; 18,1% indiferente e 9% baixa relevância, ninguém indicou a culinária caipira como irrelevante, conforme se pode observar no gráfico 7.

Gráfico 7 - Grau de importância para os aspectos: esportes rurais, shows sertanejos, eventos agropecuários e culinária rural, apontados pelos jovens do grupo 1



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Sobre a importância do turismo rural, 34,2% indicaram como muito relevante; 31,4% relevante; 31,4% indiferente e 3% baixa relevância, nenhum dos respondentes indicaram o turismo rural como irrelevante. Percebe-se que 65,6% dos respondentes destacaram a importância do turismo rural, sugere-se que existe uma valorização das atividades não agrícolas, sobretudo, evidencia a oportunidade para os produtores rurais expandirem suas atividades no campo. Ferrão (2000) já apresentado anteriormente discute a importância do turismo rural na economia da nova produção rural.

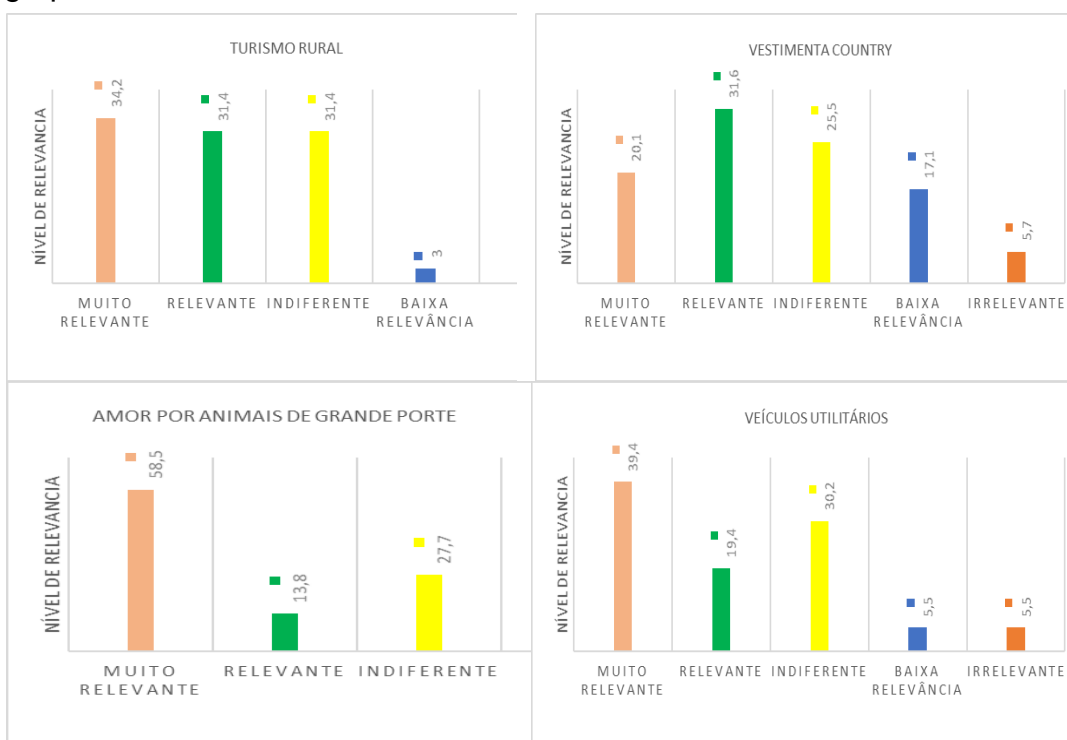
Em relação à vestimenta *country*, 20,1% indicaram como muito relevante; 31,6% relevante; 25,5% irrelevante; 17,1% baixa relevância e 5,7% irrelevantes. Nota-se que 48,7% destacaram importância para a vestimenta *country*, do mesmo modo que 91,7% dos respondentes afirmaram fazer o uso da moda *country*, o que evidencia tal estilo de vestimenta.

O amor por animais de grande porte foi considerado como muito relevante por 58,5% dos respondentes; 13,8% como relevante e 27,7% indiferente, não houveram indicação de baixa relevância e irrelevantes para o amor por animais de

grandes portes (Gráfico 8). Percebe-se que o afeto por bovinos e cavalos foi evidenciado por 72,3% dos respondentes, assim como, nenhum dos respondentes apresentaram antipatia por essas espécies de animais.

Os veículos utilitários têm muita relevância para 39,1% dos respondentes; relevante para 19,4%, irrelevante para 30,2%; baixa relevância para 5,5% e 5,5% apontaram como irrelevante. Observa-se que 58,2% dos respondentes evidenciaram a importância dos veículos utilitários como muito relevante ou relevante, do mesmo modo que 58,5% dos respondentes disseram ter veículos utilitários, nesse sentido sugere-se a necessidade dos veículos utilitários para os respondentes, como se pode notar no gráfico 8.

Gráfico 8 -. Grau de importância para os aspectos: turismo rural, vestimenta *country*, amor por animais de grande porte e veículos utilitários, apontados pelos jovens do grupo1



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

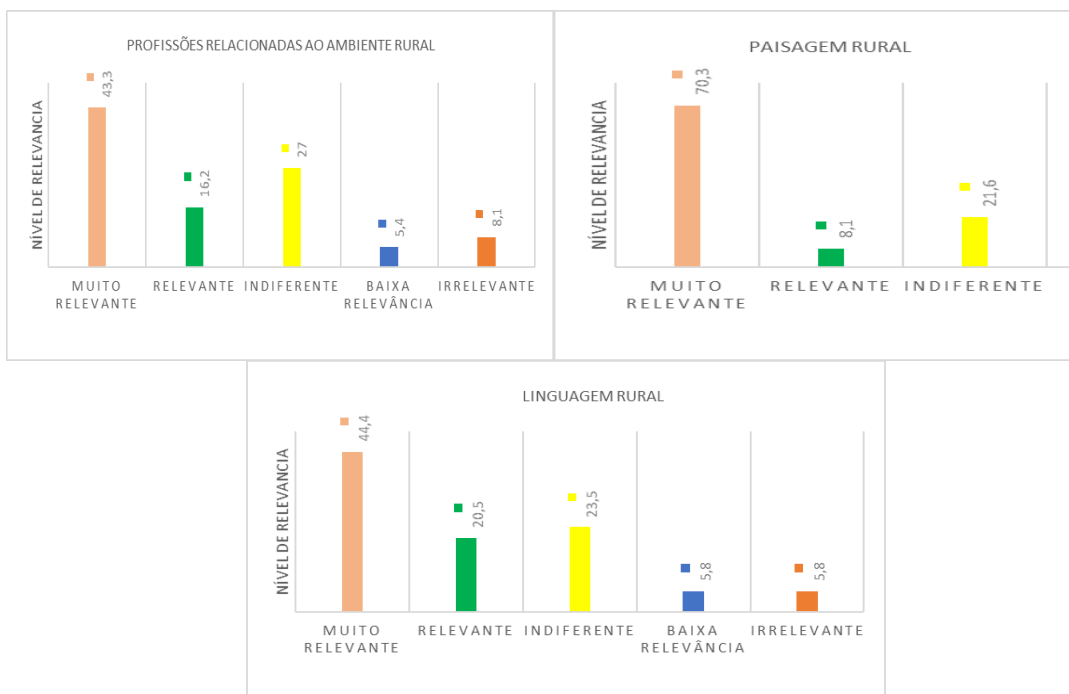
Ao serem questionados sobre a importância das profissões relacionadas ao ambiente rural, 43,3% apontaram como muito relevante; 16,2% relevante; 2,7% indiferente; 5,4% baixa relevância e 8,1% indicaram irrelevância. Ainda que 52,3% dos respondentes relataram ter envolvimento com as atividades profissionais relacionadas ao ambiente rural, 59,5% evidenciaram as profissões como muito

relevantes e relevantes, percebe-se que mesmo aqueles que não tem ligação com as profissões atreladas ao campo reconhecem a sua importância.

Sobre a paisagem rural, 70,3% indicaram como muito relevante; 8,1% como relevante e 21,6% mostraram-se indiferentes (Gráfico 9). Observou-se que nenhum dos respondentes indicou a paisagem rural como baixa relevância e irrelevante, o que sugere o enaltecimento do ambiente rural por parte dos respondentes. Nesse sentido, Ferrão (2000) observou o campesinato com seus valores, costumes e modos de vidas próprios agregando uma paisagem que reflete o equilíbrio entre o ambiente natural e as atividades humanas relacionadas a simbiose do universo rural antigo e atual. Essa integração com a paisagem rural destacada por Ferrão (2000) tem sido valorizada por esse jovem urbano ruralizado.

Em relação a linguagem rural, como modo de falar, gírias e sotaque, 44,4% dos respondentes responderam ser muito relevante; 20,5% apontaram como relevante; 23,5% são indiferentes; 5,8% como baixa relevância e 5,8% irrelevantes (Gráfico 9). Percebe-se que 64,9% dos respondentes evidenciaram a linguagem como muito relevante e relevante, o que sugere um modo de pertencimento à cultura por meio da fala. Hall (1984) destaca que durante o processo de comunicação abarcam não apenas emissor e receptor, mas também seus efeitos recíprocos entre os sujeitos comunicativos. Tais efeitos têm gerado no jovem urbano ruralizado uma valorização da linguagem e, conseqüentemente, a adoção dos vocábulos e maneirismos fazendo com que o indivíduo se sinta pertencente aquele determinado grupo.

Gráfico 9 - Grau de importância para os aspectos: profissões relacionadas ao ambiente rural, paisagem rural, e linguagem rural, apontados pelos jovens do grupo 1

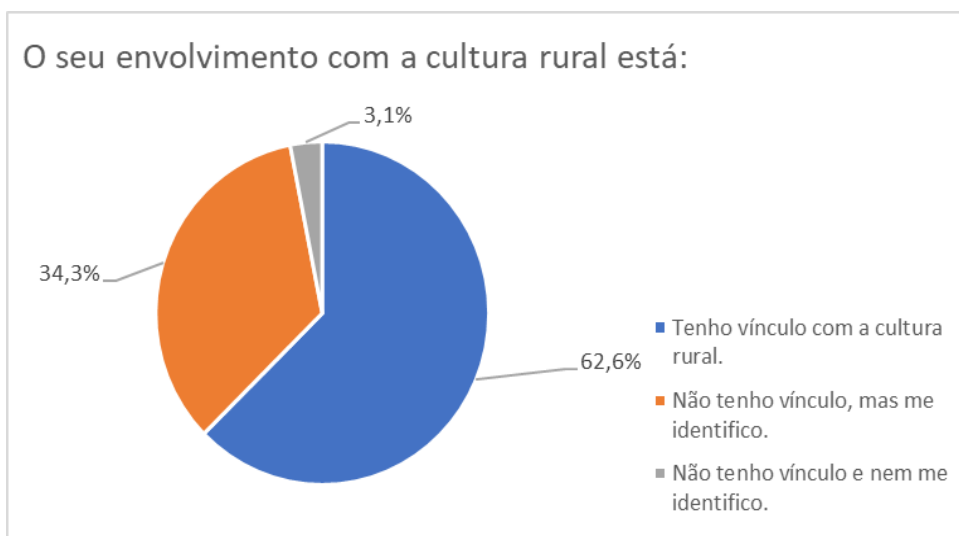


Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Com relação ao tipo de música que mais gostava, o respondente podia escolher uma ou mais opções, assim a somatória das respostas pode ou não corresponder aos 100%. Em primeiro lugar ficou para a música raiz, que teve 38,1% das indicações; 36,5% a música sertaneja; 12,7% o estilo musical sertanejo universitário; 10,9% o *folk* e 1,8% dos respondentes indicaram nenhuma das opções. Percebe-se que embora os jovens do grupo 1 não terem vínculos posteriores com a cultura rural, assim como seus pais, o gênero de musical mais apontado foi a música raiz. Tal estilo musical originou-se no interior brasileiro, retrata histórias do rural antigo, assim como a vida no campo.

Sobre o envolvimento com a cultura rural, 62,5 % afirmaram ter vínculo com a cultura rural; 34,3% destacaram não ter vínculo, mas se identificam com a cultura rural, e 3,1% escolheu a opção não ter vínculo e/ou não se identificar com a cultura. Percebe-se que 96,8% dos respondentes simpatizam com a cultura rural, sugere-se que os demais respondentes acompanham a cultura rural por motivos profissionais, ou outros motivos que não são pessoais, conforme se pode verificar no gráfico 10.

Gráfico 10 - Envolvimento dos jovens do grupo 1 com a cultura rural



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Quanto ao interesse de morar no campo, 72,3% relataram ter interesse. Dos motivos que os impedem de se estabelecer na zona rural, 42,3% destacaram os estudos, como faculdade, mestrado e cursos. As atividades profissionais ou ter trabalho na cidade foram apontados por 2,1% dos jovens; 13,1% destacaram a falta de oportunidades e/ou empregos no campo como motivo impeditivo; 38,5% revelaram não possuir terras e/ou falta de dinheiro para investir no campo; 2,2% disseram não ter interesse de morar no campo, assim como, 0,9% disseram ter hábitos urbanos e outros 0,9% observaram que “não vê necessidade de se estabelecer no campo, já que mora próximo a propriedade e pode ir e vir”. Percebe-se que os respondentes evidenciaram os compromissos acadêmicos como a maior barreira para se instalar no campo, sugere-se que as lacunas de acesso e logística campo-cidade é um fator determinante para instalar-se no campo.

Sobre as mídias que os jovens mais utilizam, a internet ficou em primeiro lugar, com 46,9% das escolhas; o rádio representado por 27,6%, e a televisão foi apontada por 25,5% dos respondentes. Observa-se que a escolha da internet por quase 50% dos respondentes pode ser sugerida pelo fato do meio utilizado pela pesquisa ter sido a internet, no entanto, sabe-se também que a internet é um dos meios mais utilizados entre os jovens brasileiros, do mesmo modo, notou-se que 100% afirmaram acessar diariamente as redes sociais. Diante desse contexto, Gollner (2011), aponta que a extensão comunicacional, em nível mundial, propiciada

por redes sociais, recebeu novas formas de comunicar-se e atualmente representa um avanço tecnológico, social e cultural. Hall (2010) complementa o debate ao apontar que o poder da mídia no reforço aos estereótipos apresenta imenso potencial.

Com relação à escolha de roupas, o respondente podia escolher uma ou mais opções, de modo que a somatória das respostas não corresponde aos 100%. Observou-se que 53,8% dos respondentes disseram comprar pelo gosto, se sentir e vestir bem, assim como pelo estilo; 23,3% indicaram escolher pela moda e/ou propaganda; já 15,3% optam pela marca da roupa; 5,1% responderam escolher pelo valor da roupa e 2,5% com base no que atores e/ou cantores usam. Percebeu-se que mais de 50% dos respondentes evidenciaram o gosto e o estilo na escolha de roupas, o que sugere a busca pela roupa que comunicar o pertencimento ao universo rural.

Com relação os meios pelos quais ficam sabendo sobre os eventos agropecuários; as redes sociais foram indicadas por 45,9% das escolhas, já 29,1% dos respondentes revelaram saber por meio da mídia (notícias em rádio, televisão, internet, jornais, revistas, cartazes), em seguida, 25% afirmaram ter conhecimento dos eventos por meio de amigos. Percebeu-se que a indicação das redes sociais vai ao encontro ao acesso diário apontado pelos respondentes. Segundo McLuhan e Carpenter (1996), vive-se em tempos de aldeia global, na qual os meios eletrônicos de comunicação contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia que estão a par de tudo o que acontece e, portanto, no mesmo momento do acontecimento.

Ao serem questionados sobre o principal motivo para frequentar os eventos agropecuários, 25,6% escolhem devido aos torneios (montarias, provas equestres, etc.); 23,7% % indicar que o fator decisivo é a proximidade com a região nos quais estão localizados; outros 23,7% disseram escolher devido a atração musical; a fama do evento é motivo de escolhe de 13,5% dos respondentes, assim como, outros 13,5% relataram escolher por conta dos leilões que ocorrem nos eventos agropecuários.

Apesar de um percentual de jovens não se enquadrar totalmente no perfil conceituado, optou-se por dividir os demais respondentes em uma segunda

categoria e, cuja análise também corrobora para o aprofundamento das análises de modo comparativo.

Grupo 2 - Características dos jovens que nunca moraram na zona rural, mas seus pais sim

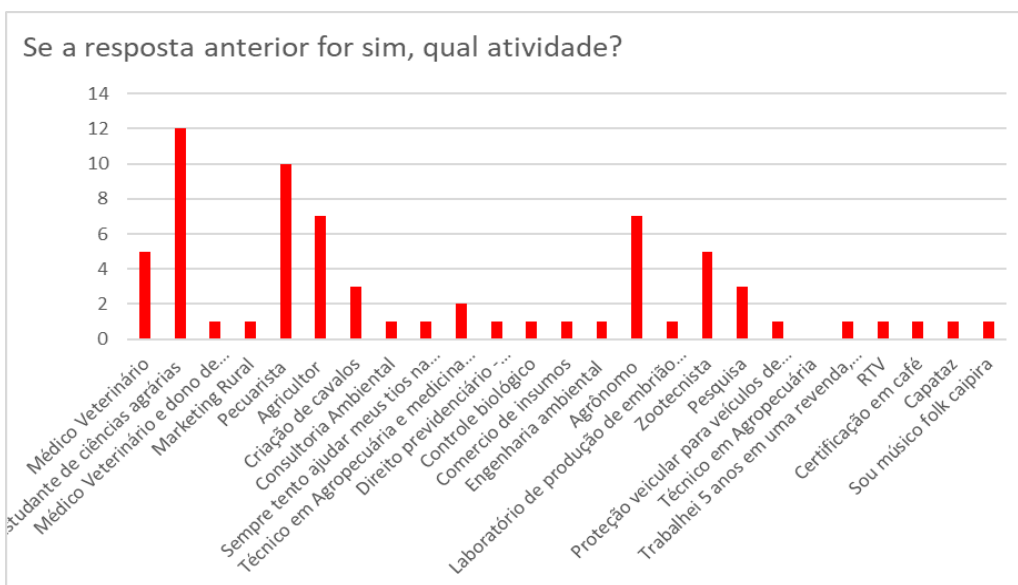
Dos 104 jovens que nunca residiram na zona rural, mas que os pais tinham residido, 52% pertencem ao público feminino e 48% ao masculino. O grupo 2 apresentou um equilíbrio de gêneros do mesmo modo que o grupo 1, tal paridade sugere o envolvimento feminino nas atividades rurais.

Quando questionados se trabalhavam ou exerciam atividades relacionadas ao ambiente rural, 35,3% disseram que não e 64,7% afirmaram ter algum envolvimento profissional com o campo. Tal proporcionalidade evidencia a identidade dos respondentes com atividades no campo, uma vez que a maioria escolheu desenvolver suas atividades profissionais voltadas ao setor agropecuário.

Das atividades citadas pelos respondentes que exercem atividades relacionadas ao campo, 17,3% afirmaram serem estudantes de profissões relacionadas a ciências agrárias, como medicina veterinária, agronomia e zootecnia; 7,2% relataram ser médicos veterinários; 10,1% agrônomos ou engenheiro agrônomo; 7,2% atuavam na área da zootecnia. Ainda dentro dos respondentes com atividade de nível superior tem-se 1,4% atuando na engenharia ambiental. Percebe-se que entre os respondentes, 43,2% desenvolviam atividades que exigiam qualificação de nível superior. Nesse sentido, fica evidente que a saída dos pais do campo para a cidade, proporcionou aos filhos essa formação, que residindo no campo seria mais difícil. Os demais 56,8% dos respondentes desenvolviam atividade de nível técnico ou não especificaram se as atividades desenvolvidas eram em nível superior e estão divididos em: 7,2% são técnicos em agropecuária e/ou técnico em veterinária; 1,4% trabalham na área de marketing rural; 1,4% em consultoria ambiental; 1,4% com aposentadoria rural; 1,4% com controle biológico; 1,4% em comércio de insumos;; 1,4% reprodução animal,; 1,4% com proteção veicular para veículos de carga; 1,4% com certificação de café; 1,4% como responsável técnico de vendas de produtos agropecuário; 1,4% como capataz de fazenda; , 14,4% disseram trabalhar com pecuária (bovinocultura de corte e/ou de gado, suinocultura), enquanto 10,1% trabalham com agricultura (plantação de milho, açaí, tomate,

hidroponia, e cultivo de feijão); 4,3% trabalham com criação de cavalos, outros 4,3% estão envolvidos com ambiente rural por meio de experimentos e/ou pesquisa; outros 1,4% alegaram ser músico do gênero *Folk*¹⁴ caipira, conforme se verifica no gráfico 11. A forte atuação dos respondentes em atividades relacionadas ao ambiente rural tanto em nível superior quanto técnico reflete que a afinidade com a cultura rural também é extensiva à atividade profissional.

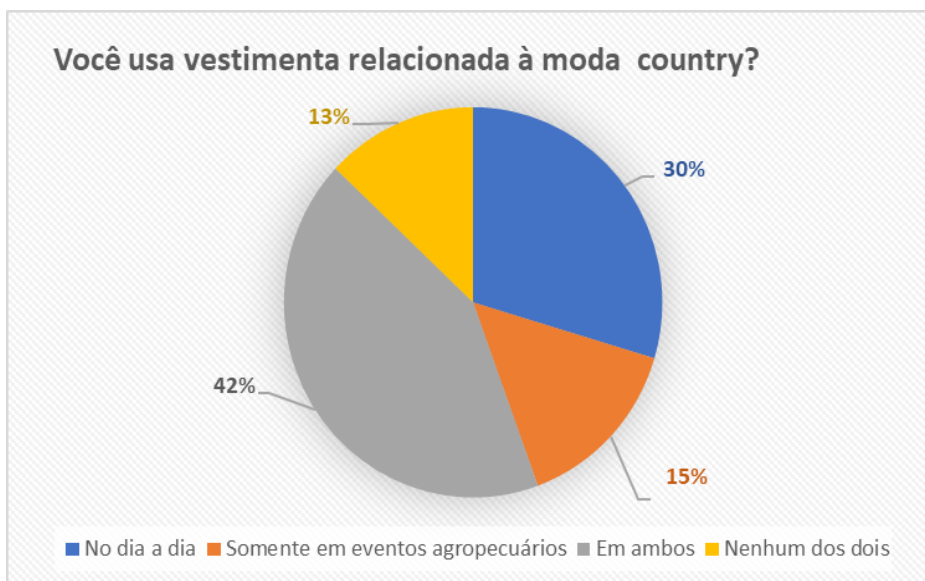
Gráfico 11 - Atuação profissional dos jovens do grupo 2 no ambiente rural



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Quando questionados sobre o uso da vestimenta country, 30% afirmaram utilizar no dia a dia, 15% declararam utilizar apenas em eventos agropecuários, 42% asseguraram utilizar roupas country em ambas as situações, e 13% disseram não utilizar em nenhuma das ocasiões apontadas, conforme se pode observar o gráfico 12.

¹⁴ Gênero musical composto por canções folclóricas e guitarras elétricas, surgiu na década de 60 nos Estados Unidos e Canadá, e atualmente desenvolve combinações com outros gêneros musicais pelo mundo todo.

Gráfico 12 - Utilização de vestimenta *country* dos jovens do grupo 2.

Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Apesar de 64,7% dos respondentes declararem que desenvolvem atividades profissionais relacionadas ao setor agropecuários, 42% usam a vestimenta *country* no dia a dia, o que pode sugerir que alguns respondentes que embora tenham profissões relacionadas ao setor, não têm necessidade de utilizar tal vestimenta no dia a dia ou não frequentam eventos agropecuários para fazer uso desta, nessas ocasiões.

Em relação a possuir carro, 62,6% responderam que possuem veículos. Dos que têm carro, apenas 33,3% alegaram ter carro utilitário. Nesse caso, o ter carro utilitário para os respondentes que têm atividade profissional relacionada ao campo pode sugerir uma necessidade instrumental para o trabalho.

Quando questionados sobre a principal atividade de lazer, eventos de cavalgadas, andar a cavalo e esportes equestres, como: *team holping*, hipismo, laço, montaria e vaquejada representaram 30,2% das atividades. Viajar representou 16,1% das escolhas de lazer; beber e/ou ir ao bar com amigos foram indicados por 13,1% dos correspondentes; já ir para uma propriedade rural (sítio ou fazenda) foi indicado por 11,1% dos respondentes, e esportes como futebol, ciclismo, *cooper*¹⁵, trilhas e natação representou 9% das escolhas de lazer. As demais atividades citadas, que totalizam 20,5%, foram: viajar; pescar; ler; tereré com os amigos; cuidar

¹⁵ Caminhada e corrida alternadas em curta distância e com velocidade baixa.

dos animais, ouvir música, ir ao cinema, jogos; sinuca; *podcast*¹⁶; festa do laço; fotografia; pintura e sexo. Percebe-se que a maior parte das atividades de lazer citadas pelos respondentes tem relação com o campo.

Sobre se identificarem com a cultura rural, 99% dos jovens urbanos com pais que moraram na zona rural afirmaram que sim, e apenas 1% disse que não. Tal identidade já está implicitamente evidenciada no ato de fazer parte da comunidade que reúne integrantes interessados diretamente em temáticas relacionadas ao campo. Reflete-se que o 1% que afirma não ter identidade com a cultura rural tenha outros motivos para integrar tal comunidade, como por exemplo, utilizá-la como instrumento para divulgação profissional.

Quando questionados sobre os aspectos que mais os atraem na cultura rural, os respondentes deveriam classificar de 1 a 5, na qual 5 significava muito relevante, 4 relevante, 3 indiferente, 2 baixa relevância e 1 irrelevante. Observou-se que em relação aos esportes rurais, 31% disseram ser muito relevante, 24,6% relevante, 17,4% indiferente, 13,5% baixa relevância e 13,5 indicaram irrelevância. Percebe-se que 55,6% dos respondentes consideram os esportes rurais importantes, o que valoriza e estimula com que esses esportes sejam promovidos.

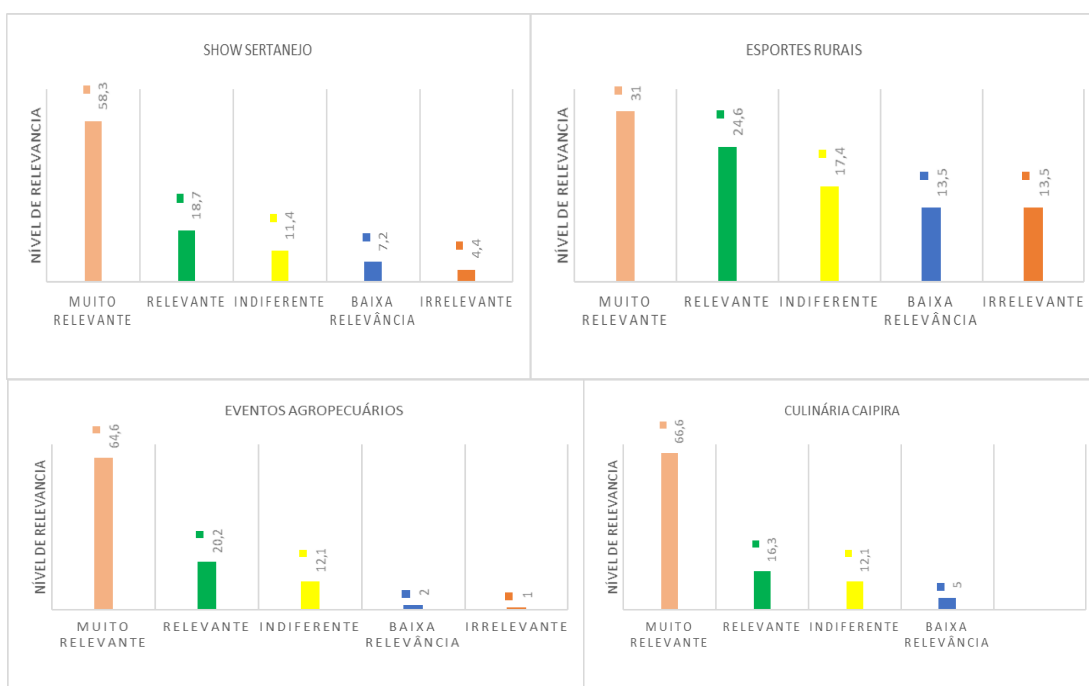
Sobre show sertanejo, 58,3% confirmaram muita relevância, 18,7 consideram relevante, 11,4% são indiferentes, 7,2 consideram o show de baixa relevância e 4,4% os destacaram como irrelevantes. Observa-se um alto percentual entre o muito relevante e o relevante, totalizando 71,8 para os shows sertanejos, o que reflete a grande procura por esses eventos e a preferência por esse estilo musical.

Já os eventos agropecuários apresentam alta relevância para 64,6% dos respondentes, 20,2 consideram relevante, 12,1% são indiferentes a esses eventos, 2% indicam baixa relevância e 1% apontou irrelevância. No caso dos eventos agropecuários o percentual entre alta relevância e relevante é ainda maior, totalizando 84,8%, uma vez que o evento agropecuário reúne uma série de atividades além do show, como os leilões, as feiras, as exposições, entre outros.

¹⁶ Plataforma de transmissão de arquivos multimídia

Quanto à culinária caipira, 66,6% disseram ser muito relevante, 16,3% afirmam ser relevante, 12,1% indiferente, 5% baixa relevância e nenhum dos respondentes apontaram como irrelevantes, como se pode observar no gráfico 13.

Gráfico 13 - Grau de importância para os aspectos: esportes rurais, show sertanejo, eventos agropecuários e culinária caipira, apontados pelos jovens do grupo 2



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Entre alta relevância e relevante 82,9% garantem a tradição da cultura rural na alimentação, principalmente em residências de moradores de cidades do interior e, sobretudo, no caso desses respondentes, cujos pais residiram na zona rural e trazem consigo uma bagagem cultural dos hábitos do campo.

Sobre a importância do turismo rural, 58,7% optaram por muito relevante, 19,5% indicam como relevante, 1,8% são indiferentes, 2% escolheram a baixa relevância e 1% manifestou irrelevância (Gráfico 19). Percebe-se a importância dada ao turismo rural, que vem se apresentando como uma fonte de renda para grande parte de pequenos produtores rurais em várias regiões do país, e que apresenta um grande potencial para ser explorado.

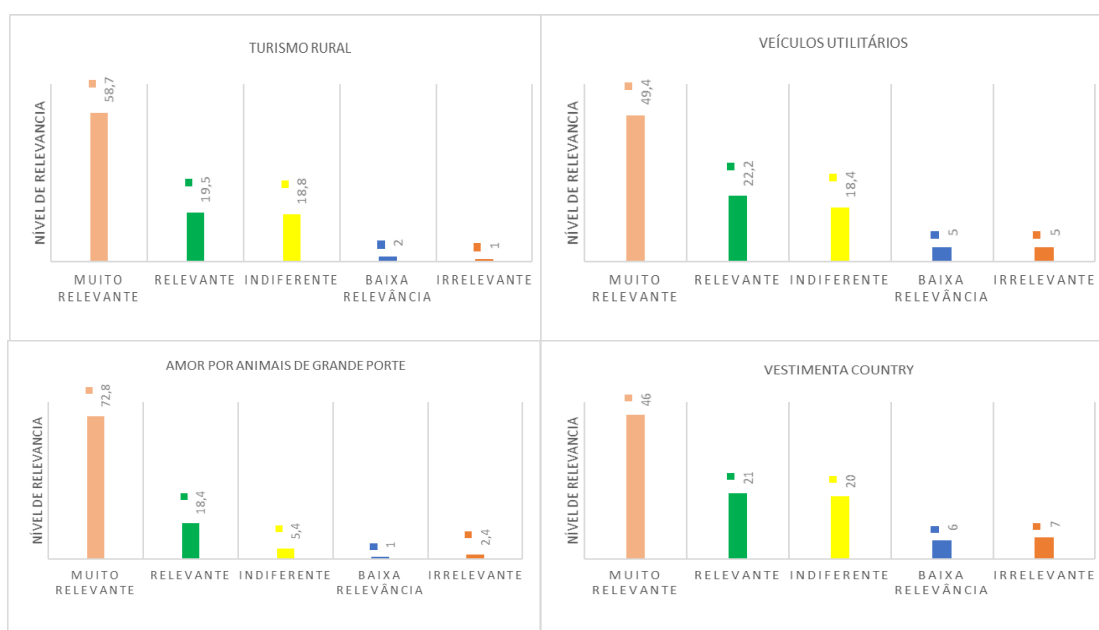
A vestimenta *country* apresentou 46% de muita relevância, 21% de relevância, 20% foram indiferentes, 6% indicaram baixa relevância e a irrelevância da utilização da moda *country* foi indicada por 7% dos respondentes (Gráfico 19).

Percebe-se que a vestimenta country é bastante evidenciada pelos respondentes uma vez que 67% dos respondentes indicaram as opções alta relevância e relevante. Esse percentual aproxima-se do número de respondentes que desenvolve atividade profissional relacionada ao campo (64.7%), o que pode sugerir que, neste caso, a vestimenta pode ter além da função de moda, a função realmente instrumental para o desenvolvimento das atividades de trabalho.

Ressalta-se que o amor por animais de grande porte (cavalos e/ou bovinos), foi evidenciado como muito relevante por 72,8% respondentes, relevante 18.4%, 5.4% foram indiferentes, baixa relevância foi indicada por 1% e 2,4% disseram ser irrelevante (Gráfico 18). A relevância de animais de grande porte foi destacada, desse modo, por 91.2% dos respondentes, o que sugere um reforço a afinidade com rodeios e outras provas.

Os veículos utilitários têm muita relevância para 49,4% dos respondentes, 22.2% consideram relevante, 18.4% são indiferentes, 5% indicaram baixa relevância e 5% destacaram ser irrelevante. Somando as duas opções, tem-se 71,6% de relevância, como se pode observar no gráfico 14. Sugere-se que o reconhecimento da relevância dos veículos utilitários seja de fato a necessidade que 64.7% dos respondentes que já atuam em profissões relacionadas ao campo, possam ter identificado na utilidade destes veículos.

Gráfico 14 - Grau de importância para os aspectos: turismo rural, veículo utilitário, amor por animais de grande porte e vestimenta *country*, apontados pelos jovens do grupo 2



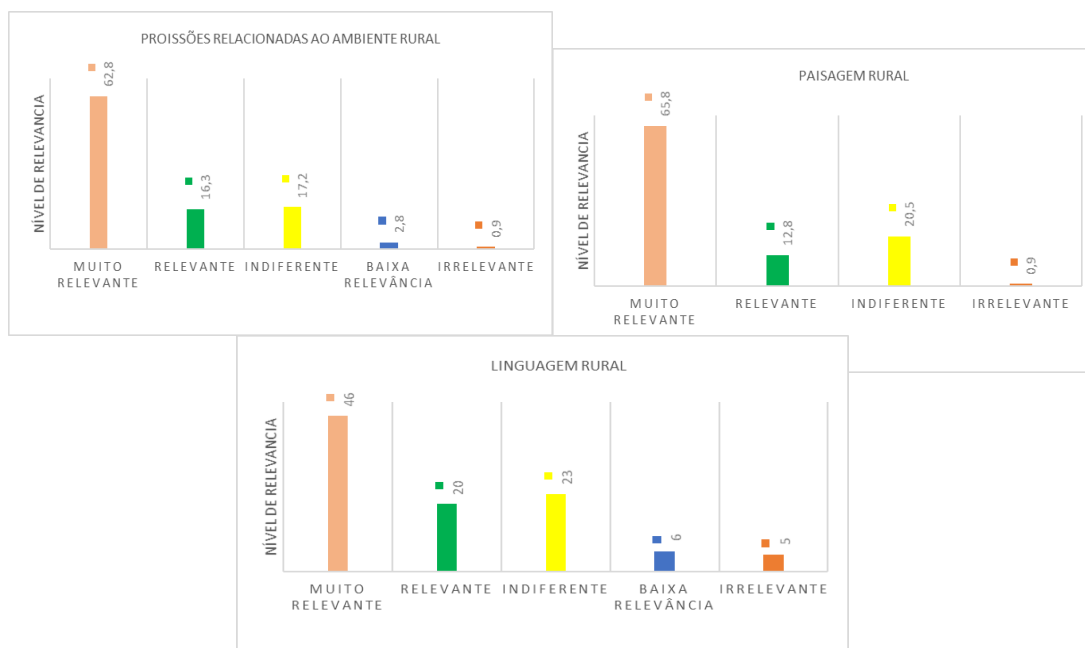
Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Quando argumentados sobre a importância das profissões relacionadas ao ambiente rural, 62,8% apontaram como muito relevante, 16,3% como relevante, 17,2% são indiferentes, 2,8% indicaram baixa relevância e 0,9% manifestaram irrelevância. Neste caso também se sugere que os 64,7% respondentes que já desenvolvem atividades profissionais relacionadas ao campo, observem a relevância das profissões.

Em relação à paisagem rural, 65,8% expressaram a importância como muito relevante, 12,8% como relevante, 20,5% são indiferentes, e 0,9% disseram ser irrelevante. Percebe-se que aqui, apesar de ter um percentual alto de respondentes indicam a paisagem rural como relevante, 20,5% são indiferentes a essa paisagem, o que pode indicar maior distanciamento do ambiente rural.

Sobre a linguagem oriunda do ambiente rural, como modo de falar, gírias e sotaque, 46% dos respondentes responderam ser muito relevante, 20% relevante, 23% são indiferentes, 6% indicam baixa relevância e 5% considera irrelevante. Nesse sentido, 66% dos respondentes concordaram com o atributo de relevância da linguagem, conforme se pode observar tais avaliações no gráfico 15.

Gráfico 15 - Grau de importância para os aspectos: profissões relacionadas ao ambiente rural, paisagem rural e linguagem rural, apontados pelos jovens do grupo 2

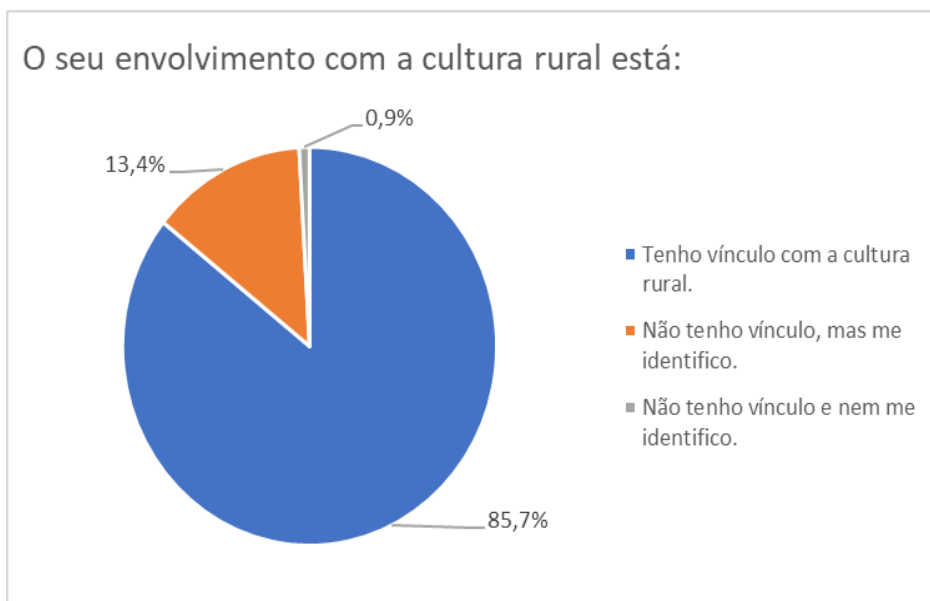


Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Com relação ao tipo de música que mais gostava, em primeiro lugar ficou a música sertaneja, que obteve 64,7% das indicações, em seguida, com 60% das preferências, vem a música de raiz, 32% escolheram o sertanejo universitário, 11,7% escolheram o gênero *folk* e 4,2% nenhuma das opções oferecidas.

Já em relação ao envolvimento com a cultura rural, 85,7 % expressam ter vínculo com a cultura, 13,4% destacaram não ter vínculo, mas se identificar com a cultura, e 0,9% escolheu a opção não ter vínculo e nem se identificar com a cultura, como se pode notar no gráfico 16.

Gráfico 16 - Envolvimento dos jovens do grupo 2 com a cultura rural



Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Sobre o interesse em morar no campo, 89% responderam que sim, que tinham interesse e 11% declararam que não. Percebe-se que o interesse em fixar residência no campo é bastante alto. Dos motivos que impedem os respondentes se estabelecer na zona rural, 33,4% apontaram dificuldades devido aos estudos; 20,1% alegaram já trabalhar na cidade; 2,9% observaram a falta de empregos e oportunidades no campo; 37,4% disseram não possuir propriedades ou terras e/ou não ter dinheiro para investir no campo; outros 2,4% identificaram o estilo de vida e/ou hábitos urbanos como motivo de não escolher o campo. A distância entre cidade-campo foi apontada por 2,2% dos colaboradores como um fator negativo. Observou-se que 0,8% relataram preferir morar na cidade, do mesmo modo que 0,8% relatou não ter necessidade de ir para campo, já que mora no interior e reside próximo a zona rural. Não estar preparado profissionalmente para exercer as atividades no campo foi declarado por 1,6% dos respondentes como motivo, já 0,8% apresentam outros motivos para não se estabelecerem no campo. Os principais motivos apresentados são relacionados aos estudos e trabalho, totalizando 55,5% dos respondentes.

Quando questionados sobre as mídias mais utilizadas, a internet ficou em primeiro lugar com 44,9% das escolhas, em seguida o rádio, representado por 30%

e por fim a televisão foi registrada em 25,1% das opções. Ressalta-se que 100% dos respondentes disseram acessar diariamente as redes sociais.

Em relação às escolhas de roupas 49,1% disseram comprar pelo gosto, estilo e vestir bem, 26,6% afirmaram realizar a escolha pela marca da roupa, outros 13,6% responderem optar pelo que está na moda. Observou-se que 7,9% destacaram a escolha por meio do valor da roupa e/ou promoção, já 2,8% relataram escolher suas roupas com base no que atores e/ou cantores usam.

Ao serem questionados sobre os meios pelos quais ficam sabendo dos eventos agropecuários, por meio das redes sociais destacou-se com 45,2% das escolhas; em seguida, 30% dos respondentes disseram ficar sabendo pela mídia (notícias em rádio, televisão, internet, jornais, revistas, cartazes); na sequência 23,9% disseram ter conhecimento dos eventos por meio de amigos e outros 0,9% disseram saber das notícias por meio da faculdade. Percebe-se que a indicação das redes sociais é totalmente condizente com a escolha da internet como o meio que mais acessam para obter informações.

Sobre a escolha dos eventos que frequentam 29,9% escolhem pela proximidade com a região onde residem; já 26,2% optam pelos torneios que acontecem nos eventos (provas equestres e rodeios); 18,8% escolhem pelas atrações musicais; outros 13,3% relataram ir aos eventos pela fama do evento, enquanto 11% escolhem pelos leilões e 0,8% indicaram outras opções como: “aprendizado”; “palestras”; “congressos”; “atualizações profissionais”; “pela possibilidade de estar com os animais sem ter que sair da capital”; “pelo meu amor ao campo e aos animais”; “troca de conhecimento e *network*”; “não frequento ou quase não frequento”.

Análise das semelhanças e diferenças entre os jovens dos grupos 1 e 2

Notou-se que os jovens do grupo 1 (jovens que nunca moraram na zona rural, assim como seus pais), apresentaram um percentual de trabalho ou atividade relacionada ao ambiente rural de 52,3%, do mesmo modo, 64,7% apontados pelos jovens da categoria 2 (jovens que nunca moraram na zona rural, mas seus pais sim). Percebe-se que a escolha profissional para os jovens dos grupos 1 e 2 ocorreu por meio da identificação com a cultura rural. Nesse sentido, Lippmann (1998) afirma

que a identificação com um estereótipo pode decorrer do fortalecimento do seu *status quo* na sociedade onde está inserido, ao 'vestir um estereótipo' o indivíduo veste seus costumes, hábitos, gostos e até valores já categorizados.

Das atividades relacionadas, ambas as categorias relataram que se relacionam ao ambiente rural por meio de: estudos, profissão e/ou técnicos ligados à área de agrárias (medicina veterinária, agronomia, zootecnia, agronegócio), produção pecuária (bovinocultura de corte e leite), produção agrícola e criação de cavalos. Sugere-se que tais indicações evidenciam que a busca de conhecimento e atividades profissionais inseridos na área rural ocorreram por meio de identificação e pertencimento a cultura rural.

O uso da vestimenta rural ou moda *country* foi destacado por ambas as categorias, no entanto, 58,5% dos jovens do grupo 1 indicaram uso no dia a dia e eventos agropecuários, enquanto jovens do grupo 2, apontaram esse mesmo comportamento por 42% dos respondentes. Comparado aos jovens que trabalham ou exercem atividades na zona rural (52,3% grupo 1 e 64,7% grupo 2), no caso dos jovens do grupo 1 sugere-se que o uso da vestimenta *country* não se restringe ao uso para o trabalho, do mesmo modo, sugere-se que embora exerçam profissão relacionadas ao campo, não necessariamente os jovens do grupo 2 necessitam ou escolhem utilizar a vestimenta *country*.

Observou-se que 58,3% dos jovens do grupo 1 têm carro utilitário, em contrapartida, apenas 33,3% dos jovens do grupo 2 dispõem dessa categoria de veículo. Percebe-se que o carro utilitário pode ser infraestrutura de trabalho para esses jovens, no entanto, para os jovens do grupo 1 que apresentaram um percentual de 52,3% dos respondentes que trabalham com atividades relacionadas ao campo, relacionado ao grau de importância (58,8% indicaram o carro utilitário como muito relevante e relevante). Sugere-se que o veículo utilitário agrada esse grupo de respondentes, podendo até apresentar-se como um *status* atrelado a cultura rural.

As atividades escolhidas nas horas vagas foram semelhantes entre os grupos, entretanto, enquanto 30,2% dos jovens do grupo 2 priorizam as cavalgadas e passeios de cavalo; 28,2% dos jovens do grupo 1, destacam ir para fazendas, sítios, ou haras como a principal atividade de lazer. Sugere-se que diferente do rural antigo, o rural contemporâneo agregou tecnologias aos seus costumes e atratividade

ao campo. Nesse sentido, Laubsten (2011) observa que a globalização, passou por rearranjos nos processos de acumulação do capital que permeiam todas as dimensões da vida, inclusive o meio rural, buscando novas interações com o espaço urbano.

Observa-se que em ambas as categorias quase 100% dos respondentes se identificam com a zona rural. Resende (2007) ressalta que a manutenção simbólica da dimensão cultural do “rural dentro do urbano” expressa os traços da cultura *country*, cada vez mais presente na cultura brasileira.

Quanto aos aspectos intrínsecos a cultura rural mais evidenciados (muito relevante), o grupo 1 destacou: paisagem rural, profissões relacionadas ao ambiente rural, turismo rural, shows sertanejos, eventos agropecuários, culinária caipira, amor por animais de grande porte, veículos utilitários e linguagem rural (modo de falar, gírias, dialetos), enquanto o grupo 2 destacou: paisagem rural, profissões relacionadas ao ambiente rural, turismo rural, shows sertanejos, eventos agropecuários, culinária caipira e amor por animais de grande porte. Nota-se que os respondentes do grupo 1, diferente do grupo 2, evidenciaram os veículos utilitários e linguagem rural. Observou-se que 72,3% dos representantes do grupo 1 têm interesse de morar no campo, do mesmo modo, 89% do grupo 2 têm intenção de se estabelecer na zona rural, no entanto, dos motivos que os impedem de se estabelecer no campo, destacam-se em ambas as categorias: estudos, atividade profissional, falta de emprego e/ou oportunidades no campo e falta de dinheiro. Entretanto, o grupo 1 e 2 ainda ressalta que não possuir terras ou propriedade rural, assim como, não ter dinheiro para investir no campo é um fator determinante para 38,5% dos respondentes do grupo 1 e 37,4% dos respondentes do grupo 2 não se estabelecer no campo, conforme pode-se observar na tabela 2.

Tabela 2 - Relação do interesse dos respondentes de residir no campo *versus* não possuir terras e/ou dinheiro para investir

Grupo	Interesse de residir no campo	Não possuir Terras e/ou dinheiro para investir
1	72,3%	38,5%
2	89%	37,4%

Fonte: Elaborado pela autora a partir da coleta de dados.

Diante desse contexto, a ineficiência das políticas públicas direcionadas para o jovem rural, já que os critérios estabelecidos pelos programas privilegiam os jovens diretamente vinculados a zona rural e excluem jovens cujo o interesse é ir para o campo, no entanto podem não se enquadrar nesse perfil de jovens. Ressalta-se que o jovem que busca fomento para desenvolver atividades agrícolas ou comprar terras deve possuir o Cadastro Nacional de Agricultura Familiar - CAF e enquadrar-se nos critérios familiares de acordo com a Lei 9.064/2017.

Notou-se que alguns aspectos entre uma categoria e outra se assemelham e se diferenciam, no entanto, ficou evidente que as características elaboradas a priori do Jovem Urbano Ruralizado foram evidenciadas pelos respondentes, como se pode observar no quadro 10.

Ser jovem e nunca ter morado na zona rural, são características essenciais para o conceito jovem urbano ruralizado, já que a partir delas, delimitamos o grupo de jovens e urbanos para esse conceito.

Sugere-se que se identificar com a cultura rural, ocorre independente dos pais terem morado ou não na zona rural, visto que dos 140 respondentes que pertencem ao grupo de jovens que nunca morou na zona rural, 96% dos 11,9% representados pelo grupo 1 (jovens que nunca moraram na zona rural, assim como seus pais) relataram se identificar com a cultura rural, do mesmo modo, 99% dos 74,2% dos respondentes representados pelo grupo 2 (jovens que nunca moraram na zona rural, mas os pais sim) também se identificam com a cultura rural. Nesse sentido, Maffesoli (1996) observa que o ato de se identificar consiste na estreita conexão entre a forma exterior e a forma interior, que sofre uma constante inter-relação e interdependência, tratando-se de um mecanismo essencialmente complexo ao qual se encontra conectado com os sentimentos do indivíduo.

Ainda no contexto apresentado por Maffesoli (1996), ter vínculo com a cultura rural não é um fator sugestivo para as características do jovem urbano ruralizado, já que 34,3% dos respondentes do grupo 1 afirmaram não ter vínculo, mas se identificam, assim como, 13,4% dos membros do grupo 2 também relataram não ter vínculo, mas se identificar com a cultura rural.

Diante desse contexto, ressaltam-se características sugestivas e não sugestivas ao conceito Jovem Urbano Ruralizado estabeleceu-se de acordo com o estereótipo assumido pelos respondentes dessa pesquisa.

Quadro 10. Características do Jovem Urbano Ruralizado

Características	Sugestivo	Não sugestivo
Nunca ter morado na zona rural	X	
Pais nunca moraram na zona rural		X
Identificar-se com a cultura rural	X	
Ter vínculo com a cultura rural		X
Atuação profissional, técnica ou acadêmica relacionada ao ambiente rural	X	
Consumo e lazer relacionados a cultura rural	X	
Uso de vestimenta e/ou adereços ligados ao estilo <i>country</i> e/ou rural	X	
Linguagem rural	X	
Gosto pela música (raiz, sertaneja, sertaneja universitária, <i>folk</i>)	X	
Apreciar o ambiente rural	X	
Amor por animais de grande porte	X	
Possuir ou ter intenção de comprar carro utilitário	X	

Fonte: Elaborada pela autora.

A atuação profissional relacionada ao ambiente rural, consumo e lazer relacionados a cultura rural, vestimenta *country*, linguagem rural, gosto por musicais oriundas do sertanejo, apreço pelo ambiente rural (turismo e paisagem), amor por animais e carros utilitários, foram indicados como aspectos importantes por 140 respondentes que se enquadraram no grupo de jovens que nunca moraram na zona rural.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que a cultura rural atual, em um hibridismo do espaço rural com o espaço urbano, está cada vez mais presente no dia a dia dos usuários de

plataformas sociais *online*, influenciando sua participação no universo ruralizado e compartilhando interesses e hábitos em comum.

Observou-se que, as comunidades analisadas na rede social virtual, reforçam o interesse pela moda *country*, pelos rodeios, leilões, exposições agropecuárias, assim como, pelos esportes relacionados ao uso de animais de grande porte (bois e cavalos), e músicas dos gêneros sertanejos, música de raiz, sertanejo universitário, *country* e até mesmo o *folk* sertanejo, estilo musical ainda pouco conhecido no país, do mesmo modo que, a linguagem e códigos presentes neste fluxo comunicacional atrelam o jovem urbano que, mesmo não tendo contato direto com o campo, se identifica com este universo ruralizado.

As amostras analisadas traduziram-se em ferramentas eficientes na percepção do mundo rural digital, as quais foram representadas com um grande número de membros em cada uma delas.

Fica evidente nas quatro comunidades analisadas a exaltação do rural, por meio dos hábitos, da cultura, do consumo dos adereços da moda, da música, da culinária caipira, turismo rural, shows sertanejos, paisagem rural, veículos utilitários, entre outros.

Do mesmo modo, membros das comunidades analisadas reforçam o interesse pela vida no campo, agronegócio, exposições agropecuárias, pesquisa no setor agropecuário, assim como, divulgação serviços e propriedades, e a admiração pela natureza presente no campo.

As amostras colhidas trouxeram um significativo número de membros em cada uma delas, do mesmo modo, a amostra de respondentes coletados por meio do questionário, possibilitou analisar de modo isolado as características dos jovens que se enquadravam nas características pré-determinadas do jovem urbano ruralizado.

A valorização do mundo rural nas comunidades ainda está muito ligada a forte relação campo-cidade, uma vez que, na maioria das cidades do interior brasileiro a agricultura e a pecuária ainda são as principais atividades econômicas.

Ressalta-se que o compartilhamento comunicacional nas redes sociais é uma importante ferramenta para a disseminação e reforço da cultura rural. De modo que, a mídia mostrou exercer influência na escolha do jovem assumir esse estereótipo, uma vez que as comunidades apresentaram a interação de milhares de

usuários com interesse em comum, nos quais compartilham e enaltecem a cultura rural.

Nesse mesmo contexto, os respondentes que se encaixaram nas características de jovem urbano ruralizado evidenciaram o acesso diário as redes sociais, assim como destacaram saber dos eventos agropecuários por meio de plataformas sociais e por meio da mídia.

Nesse sentido, havendo um maior aproveitamento das TICs, sobretudo, no compartilhamento de informações e favorecimento para a produção de conhecimento reflete-se sobre o direcionamento de políticas públicas voltadas tanto para o público jovem, quanto às proposições de ações que valorizem a cultura rural e, possibilitem a reflexão de como tornar o ambiente rural atrativo para o jovem, propiciando alternativas para o caminho migratório inverso, tanto para manter o jovem rural no campo, quanto para receber o jovem urbano ruralizado que tiver interesse em se estabelecer profissionalmente no campo.

Embora essa pesquisa tenha determinado a priori, em hipótese, quem é o Jovem Urbano Ruralizado, notou-se que a análise realizada corroborou com as características apontadas anteriormente, de modo que possibilitou respaldar as características que conceituam o Jovem Urbano Ruralizado.

O envolvimento dos jovens urbanos ruralizados com os animais de grande porte e torneios (montarias, provas equestres, entre outros) teve um número significativo nessa pesquisa, evidenciando que a cultura envolve além do modo de vida, assim como a afinidade com a cultura rural.

Observou-se que a intenção de morar na zona rural assim como, a falta de condições para investir no campo, foi bastante significativo, indicando que, se existissem políticas que não fossem excludentes, os jovens que não se enquadram nos pré-requisitos das políticas públicas existentes poderiam ter oportunidade de investir no campo, de modo que, possivelmente, contribuiriam com o desenvolvimento rural local e estabeleceriam um caminho inverso do êxodo rural. No entanto, ressalta-se que conceituar o jovem urbano ruralizado, foi o primeiro passo para sua inclusão social e posteriormente, lutar pelo aperfeiçoamento e criações de políticas públicas direcionadas ao jovem do campo.

Ressalta-se que esta pesquisa indica em suas considerações a necessidade de analisar quais são os fatores que levam os jovens urbanos a

ruralizar-se. Tal reflexão torna-se importante ao passo ao passo que seja possível compreender o porquê da busca pela ruralidade, que se torna atrativo para o jovem e, até mesmo analisar quais são os fatores sociais que envolvem desde qualidade de vida até transferência de tecnologia para o campo, por meio do jovem e de sua formação educacional.

Destaca-se que nesse trabalho o Jovem Urbano Ruralizado é aquele jovem que apesar de morar na cidade, ter ou não pais que moraram no campo, assim como, ter ou não vínculo com a cultura rural, se identifica com as características advindas do ambiente rural, assumindo o estereótipo do homem do campo.

Do mesmo modo, considera-se que o Jovem Urbano Ruralizado trata-se de um nicho consumidor de diversas áreas do agronegócio brasileiro. Desde o consumo de vestimenta, carro utilitário, até a geração de profissões atreladas ao ambiente rural.

Diante desse contexto, pode-se afirmar que o jovem urbano ruralizado é um candidato promissor para perspectivas que vão desde a econômica, com a abertura de condições para que o jovem mantenha a atividade agrícola, uma preocupação muito grande, sobretudo para a agricultura familiar, que é a falta de sucessor para o processo de transição proprietária, até as questões da manutenção da cultura rural que cada vez mais está influenciando e sendo influenciada pela urbana.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. (Texto para Discussão, n. 702).

Disponível em:

<https://docs.google.com/document/d/1qx7gv2qgfSPUcO1vymH_bZc0EVDatQgBYahepLpUQs8/edit> Acesso em: 04 abr. 2016.

BAKER, S.; BROWN, B. J.; WILLIAMS. Illuminating a Resilient Rural Culture in Twentieth Century Y Fro Gymraeg Using Bourdieu's Bearn. **Sociologia Rurales**, 54 (1), p. 40-56. 2014.

BARCELLOS, S. B. **A formulação das políticas públicas para a juventude rural no Brasil: atores e fluxos políticos nesse processo social**. Rio de Janeiro:

UFRRJ. Tese (doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 306p. 2014.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

BARROS, S., ANDRADE, R.S., FERREIRA, F., NASCIMENTO, L., FERREIRA, F., SIMÕES, C., SILVA, H.P. e JAMBEOR, O. Digitalizando a Inclusão Social: o caso do Liceu de Artes e Ofícios da Bahia. In: JAMBEIRO, O., SILVA, H.P. e BORGES, J. (Org.). **Cidades Contemporâneas e Políticas de Informação e Comunicações**. Salvador (BA); Ed. UFBA, 2007. cap.8, p. 191-218.

BRANCALEONE, C. Comunidade, Sociedade e Sociabilidade: revisitando Ferdinand Tönnies. **Revista de Ciências Sociais**, V.39, n.1, 2008.

BRAGA, G. B.; FILÍZIA, A. L. C.; PINTO, N. M. A. Os padrões de consumo no campo e na cidade: a aproximação entre os modos de vidas de citadinos e rurais. **Estudios Rurales**, v.1, p.64-80, 2014.

BRASIL. Estatuto da Juventude. LEI Nº 12.852, DE 5 DE AGOSTO DE 2013. **Portal da Legislação**. Brasília, ago de 2013. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm> Acesso em: 03 out. 2016.

___ **INEP Resumos técnicos**. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/resumos-tecnicos> Acesso em: 15 jun. de 2017.

___ **MEC. Relatório Educação para todos no Brasil 2000-2015**. Disponível em http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=15774-ept-relatorio-06062014&Itemid=30192. Acesso em: 15 jun. 2016.

___ **Relatório 10 anos de luz para todos**. Disponível em <http://www.mme.gov.br/10anosluzparatodos/index.html>. Acesso em: 14 jun. 2016.

___ **MDA. Agricultura Familiar do Desenvolvimento Agrário. Crédito Fundiário**. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/sra-crefun/linhas-de-financiamento-do-pncf>>. Acesso em: 18 jun. 2016.

___ **Banco Nacional Do Desenvolvimento Econômico e Social. Pronaf Jovem**. Disponível em: <

http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Programas_e_Fundos/pronaf_jovem.html>. Acesso em: 19 jun. 2016.

BERNARDES, J. C; BERNARDO, C.H.C. **Rede Social Virtual: um caminho para a democratização**. In: XVII Jornada Multidisciplinar de realizado de 11 a13 de agosto de 2015, p. 120-124. Bauru/SP, 2015. Disponível em < <http://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/CienciasHumanas45/2015-/caderno-de-resumos---jornada-2015-with-numbers-ilovepdf-compressed-1.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

BERNARDO, B. **Análise da Produtividade Agrícola da cana-de-açúcar nos estados de Mato Grosso do Sul e Goiás**. 2016. 163 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento) - Faculdade de Ciências e Engenharia, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Tupã, 2016. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/138888>>. Acesso: em 20 out. 2016.

BERNARDO, C.H.C.; BERNARDO, R. Gestão da Comunicação para o Agronegócio. Revista Cambiassu. UFMA n. 12. p. 43 – 55. jan/jun. 2013.

BERNARDO, C.H.C; BERNARDES, J.C.; QUEIRÓZ, T.R. O jovem urbano ruralizado: análise da comunicação no “mundo rural digital”. Bauru: **Revista Comunicação Midiática** (online). Bauru/SP, Vol. 11, N. 1, p. 136 – 152, jan./abr. 2016. Disponível em: < <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/655/346>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

BIOLCHINI, J.C.A.; MIAN, P. G.; NATALI, A.C.C.; CONTE, T. U.; TRAVASSOS, G. H. Scientific research ontology to support systematic review in software engineering. **Advanced Engineering Informatics**, v.21, n.2, p.133-151, 2007.

BONOMO, M. **Identidade social e representações sociais de rural e cidade em um contexto rural comunitário: campo de antinomias**. Lavras: UFES, 2010.468 f. Doutorado (tese) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2010.

BONOMO, M.; SOUZA, L. Representações hegemônicas e polêmicas no contexto identitário rural. **Revista Avances en Psicología Latinoamericana**, Bogotá (Colombia), v. 31 (2), p.402-418, 2013.

BONOMO, M.; SOUZA, L.; MELOTTI, G.; PALMONARI, A. Princípios Organizadores das Representações de Rural e Cidade. **Revista Sociedade e Estado**, v. 28, n.1, jan./abril., p.91-118,2013.

BORDENAVE, J.D. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

CAPES - **COMISSÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DO NÍVEL SUPERIOR**. Disponível em: < <http://www.capes.gov.br/>>. Acesso em: 29 set. 2016.

CARNEIRO, M.J. O ideal rurano: campo e cidade no imaginário de jovens rurais. In: Silva, F.C.T.; Santos, R.; Costa, L.F.C. (Org.). **Mundo rural e política: ensaios interdisciplinares**. Rio de Janeiro: Campus,1998, cap. 6, p. 94-118.

CASTELLS, M. A. **Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2003.

CASTRO, J. R. B. **Dinâmica territorial das festas juninas na área urbana de Amargosa, Cachoeira e Cruz das Almas - Ba: espetacularização, especificidades e reinvenções**, Salvador: Edufba, 2012.

CARVALHO, G.; ROSSETTO, M. Os avanços de políticas públicas de juventude no meio rural. In: MENEZES, M. A.; STROPASOLAS, V. L.; BARCELLOS, S. B. (org.). **Juventude rural e políticas públicas no Brasil**. Brasília: Presidência da República, SNJ, MDA.). 2014, p.10-16

CORREDOR, J. A.; PINZÓN, H.; GUERRERO, R. M. Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. **Revista de Estudios Sociales**, n. 40, p.44-56, 2011.

DUARTE, T. P.; CHAVES, M. P. Rural, Ruralidade e Turismo: noções e práticas contemporâneas. **El Periplo Sustentable**, núm. 29 jul./dez., p.120-143, 2015.

DORAN, C. J.; LITRELL, F. Measuring Mainstream US Cultural Values. **Journal of Business Ethics** (177), p.261-280, 2012.

ELETROBRAS. Luz para todos. **Relatório Síntese 10 anos**.out. 2013. Disponível em: <http://eletrobras.com/pt/AreasdeAtuacao/Luz%20para%20Todos%20->

%20Relat%C3%B3rio%20S%C3%ADntese%2010%20anos.pdf. Acesso em 28 dez 2017.

FERRAO, João. Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro. **EURE (Santiago)**, Santiago, v. 26, n. 78, p. 123-130, sept. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612000007800006&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 06 abr. 2016.

FREITAS, A. F.; FREITAS, A. F.; DIAS, M. M. Mudanças conceituais do desenvolvimento Rural e suas influências nas políticas públicas. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, 46 (6), nov./dez., p.1.575-1.598, 2012.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Tradução Oliveira, R. D. 14ª ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2010.

FONSECA, R. G; SANTOS, A J. C. dos. A influência de “modos de vida” rurais na cidade de Ituiutaba – MG. In: IV SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA e V SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 2009, Niterói. **Anais do Simpósio Internacional de Geografia Agrária**. Niterói/RJ. 2009. p. 1-17.

GRAZIANO DA SILVA, José. Por um novo programa agrário. **Revista Reforma Agrária**, ABRA, n.2, vol. 23, maio/ago. p.11, 1993.

GOLLNER, P. A. **O site de redes sociais Facebook como espaço da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: USCS, 2011. 156 f. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2011.

HALL, R. H. **Organizações: estrutura e processos**. Rio de Janeiro: PrenticeHall Do Brasil, 1984.

HALL, S. **A identidade cultural na pós – modernidade**. 11. Ed.- Rio de janeiro: DP&A, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Geociências**. Brasil. Disponível em:<http://ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/comentario1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2015.

____. **XI Recenseamento geral do Brasil**. Disponível em:< http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/instrumentos_de_coleta/doc0210.pdf>. Acesso em: 25 out. 2015.

____ **Censo**. Disponível em:< <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 25 out. 2015.

KOMIYA, A.; OISHI, S.; LEE, M. The Rural-Urban Difference in Interpersonal Regret. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 42 (5), p.513-525, 2016.

KRONER, A. WEINSTEIN, M. **Data trash: the theory of the virtual class**. ed. S1 St. Martin, 1994.

KOZINETS, V. R. **The Netnography Revolution – Eleven social media tips for 2011**. ed. Netbase Solutions, New York/NY, 2011.

LAUBSTEIN, C. F. A Ruralidade de ontem e hoje: uma análise do rural na contemporaneidade. 2011. **Revista Aurora**. v. 4, n. 2, p.93-102, ago. 2011.

LEÃO, A. L. M. S.; IANATOMI, T.; CAVALCANTI, R. C. T. Diga-me onde andas, que te direi quem és: identidades culturais na comunidade brasileira da marca Johnnie Walker. **Revista de Administração, São Paulo**, v. 50, n. 03, p.369-380, jul./ago./set., 2015

LEVY, Y.; ELLIS, T.J. A system approach to conduct an effective literature review in support of information systems research. **Informing Science Journal**, v.9, p.181-212, 2006.

LIE, R.; SERVAES, J. Disciplines in the Field of Communication for Development and Social Change. **Communication Theory** 25 (2), p.244-258, 2015.

LINDNER, M.; ALVES, F. D.; FERREIRA, E.R. Presença da ruralidade em Municípios gaúchos: o exemplo de Silveira Martins, RS. **XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária**, São Paulo, 2009, p.1-15.

LIQUEU, A. M. Keeping the Farm in the Family Name: Patrimonial Narratives and Negotiations among German-Heritage Farmers. **Rural Sociology** 80 (1), p.39-59, 2014.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New Brunswick; London: Transaction Publishers, 1998.

LOPES, J. R. B. **Desenvolvimento e mudança social formação da sociedade urbano-industrial no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, p. 233, 2008.

MAGNO, L.; D., S. M. ; PINTO, N. M. A. . "Todo mundo conhece a gente agora": cultura e identidade de jovens rurais em Minas Gerais (Brasil). **Revista Latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud**, v. Vol 9, p. 305-319, 2011.

MAFFESOLI, M. **No fundo das aparências**. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAGNO, L.; DOULA, S. M.; PINTO, N. M. A. "Todo mundo conhece a gente agora": cultura e identidade de jovens rurais em Minas Gerais (Brasil). **Revista Latinoamericana de Ciências Sociales, Niñez y Juventud**, 1 (9), p.305-319, 2011.

MARQUES. M. I. M. O conceito de espaço rural em questão. Terra Livre. São Paulo: **AGB**, n. 19, ano 18, jul. /dez. p.95-102, 2002.

MATIJASEVIC, M. T.; SILVA, A. A. R. La construcción Social de lo rural. **Revista latinoamericana de Metodología de la Investigación Social**. Buenos Aires. 5 (3), p.24-41 2013.

MATTOS, M. C. O papel da tecnologia na construção do conhecimento. NAVUS-**Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, SC. v,2, n.2, p.33-39, jul./dez., 2012.

McLUHAN, M.; CARPENTER, E. **Revolução na comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1996.

MENEZES, M. A.; STROPASOLAS, V. L.; BARCELLOS, S. B. (org.). **Juventude rural e políticas públicas no Brasil**. Brasília: Presidência da República, SNJ, MDA. (Coleção Juventude. Série Estudos, n. 1). 2014.

MOREIRA, E. V.; HESPANHOL, R. A. de M. O lugar como uma construção social. **Formação: revista eletrônica do programa de pós-graduação em Geografia**. n. 14, vol. 2 – UNESP, 2007. Disponível em:

<http://www2.fct.unesp.br/pos/geo/revista/artigos/6_moreira_e_hespanhol.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2016.

MOTA, A. A. S. A influência da televisão no desenvolvimento regional da zona rural no município de Palmas (TO). **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 13, n. 1, p.41-57, 2010.

PAULO, M. A. L. **As construções das identidades e diferenças entre jovens rurais e urbanos em um pequeno município**. Lavras: UFPE, 2010.259 f. Doutorado (tese) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

PIMENTEL, T. D.; PIMENTEL, Mariana P. C. Rural, Ruralidade e Turismo: noções e práticas contemporâneas. **El Periplo Sustentable**, v. 29, p. 120-143, 2015.

OLIVEIRA, V. C. Indústria Cultural e Meio Rural. **Mediação**, Belo Horizonte. n.14, n. 14, jan./jun. p.114-130, 2014.

OLIVEN, R. G.. **Re-edição de Urbanização e Mudança Social no Brasil**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, Biblioteca Virtual de Ciências Humanas, 2010. v. 1. 146p.

OSTERUD, G. Rural Youth Culture in Early Twentieth-Century New York State. **Agricultural History**, v. 89, n. 1, p.57-74, 2015.

REIS, D.S. O rural e o Urbano. In: XV Encontro Nacional de Estudos Populares, Anais **ABEP**, Cambuxu/MG, 2006, p. 1-13.

REDIN, Ezequiel. O futuro incerto do jovem rural. **INTESA**, Pombal, PB, v. 8, n. 1, p.37-43, jan./dez. 2014. Disponível em:<<http://www.gvaa.com.br/revista/index.php/INTESA/article/view/2969/2665>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

REQUENA, F. Rural-Urban Living and Level of Economic Development as Factors in Subjective Well-Being. **Social Indicators Research** (128), p.693-708, 2016.

RESENDE, S. Interações entre rural e urbano: discussões e tendências de análises. In: MARAFON, Gláucio José, PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. (Org.). **Interações**

Geográficas: a conexão interinstitucional de grupos de pesquisa. Uberlândia: ROMA, 2007, p. 23-33.

RUA, J. A. Ressignificação do rural e as relações cidade-campo: uma contribuição geográfica. **Revista da ANPEGE** (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia), Fortaleza, n. 2, p.45-66, 2005. Disponível em: <<http://anpege.org.br/revista/ojs-2.2.2/index.php/anpege08/article/view/81/41>>. Acesso em: 17 jun. 2015.

SANTOS, M. **Técnica e tempo, razão e emoção.** São Paulo: Edusp, 2002.

SANTOS, M. **Do giz à Era Digital.** São Paulo: Zouk, 2003

SILVA, C. A.; ROCHA F. G. Contribuições da sociologia rural norte-americana e europeia aos conceitos de rural, urbano e suas relações. **Revista Colombiana de Geografia.** Bogotá, Colombia. v.20, n.2. jul./dez., p.9-19, 2011.

SCIELO. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_alphabetic&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 12 out. 2016.

SOARES, J. M.; SIOLARI, M.; DIAS, F. S. Hábitos e modos de vida interior de Minas Gerais: uma contribuição ao debate sobre a relação cidade-campo no Brasil contemporâneo. **Revista Labor & Engenho.** Campinas (Brasil). v.8, n.1, p.05-17 2014.

SOTO, U.; Mayrink, Monica F. **Linguagem, Educação e Virtualidade: experiências e reflexões.** São Paulo: Cultura Acadêmica (EDUNESP), 2009.

TRAVANCAS, I. S.. A Comunicação de Massa no campo da Antropologia. In: Isabel Travancas; Silvia Garcia Nogueira. (Org.). **ANTROPOLOGIA DA COMUNICAÇÃO DE MASSA.** 1ed.Campina Grande: EDUEPB, v. 1, p. 9-26, 2016.

TRIMANO, L. El objeto de estudio de la comunicación el Sentido de la ruralidad u las nuevas ruralidades En la sociedad contemporánea. **Fonseca, Journal of Communication,** n. 5, p.68-89, 2012.

VERDE, Valéria Villa. **Territórios, ruralidade e desenvolvimento.** Curitiba: Iparde, 2004.

VIEIRA, S. C.; BERNARDO, C. H. C.; SANT'ANA, R. C. G. A relevância da comunicação rural na difusão de informações para a Agricultura Familiar: um estudo de caso do -CoDAF-. **Fórum Ambiental da Alta Paulista**, v. 11, p. 168-183, 2015.

VIERO, V.C.; SILVEIRA, A. C. M. Apropriação de tecnologias de informação e comunicação no meio rural brasileiro. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, Brasília, DF, v. 28, n.1, jan./abr. 2011, p. 1-21. Disponível em <<https://www.marilia.unesp.br/Home/Graduacao/PETBiblioteconomia/apropriacao-de-tic-no-meio-rural-brasileiro.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2016.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. A ruralidade no Brasil moderno: por um pacto social pelo desenvolvimento rural. ¿**Una nueva ruralidad en América Latina?**. Buenos Aires: CLACSO/ASDp.31-44, 2001.

WANG, X.; SPOTTI, M.; JUFFERMANS, K.; KROON, S.; CORNIPS, L. BLOMMAERT, J. Globalization in the margins: Toward a re-evolution of language and mobility. **Applied Linguistics Review** 5 (1), p.23-44, 2014.

WEB OF SCIENCE, 2015. Disponível em <http://apps.webofknowledge.com/UA_GeneralSearch_input.do?product=UA&SID=3CbZjEZfPGL egT&search_mode=GeneralSearch>. Acesso em: 21 out. 2016.

WOLTON, D. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

APÊNDICE A

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

Você e a cultura rural:

Apresentação da pesquisa: Este questionário tem como objetivo coletar dados para a pesquisa de mestrado desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Unesp. Os respondentes não serão identificados e os dados obtidos servirão para complementar a análise desenvolvida junto a grupos relacionados à cultura rural na rede social Facebook. Pretende-se definir o perfil do que esta pesquisa define como Jovem Urbano Ruralizado. Sua participação nos ajudará a delinear tal perfil. Muito obrigada

1) Gênero: *

Feminino

Masculino

2) Idade: *

Texto de resposta curta

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

3) Você já residiu na zona rural? *

Sim

Não

4) Seus pais já residiram na zona rural? *

Sim

Não

5) Você trabalha ou exerce alguma atividade relacionada ao ambiente rural? *

Sim

Não

6) Se a resposta anterior for sim, qual atividade?

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

7) Você usa vestimenta relacionada à moda country? *

No dia a dia.

Só em eventos agropecuário.

Em ambos.

Nenhum dos dois.

8) Você tem carro? *

Sim

Não

9) Se você tem carro, é veículo utilitário (camionete, caminhão, etc...)? *

Sim

Não

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

10) Qual é a sua principal atividade de lazer? *

Texto de resposta longa

11) Você se identifica com a cultura rural? *

Sim

Não

12) Se sim, atribua grau de importância aos aspectos que mais o atraem. Use a escala de 1 a 5, onde 1 é irrelevante, 2 baixa relevância, 3 indiferente, 4 relevante, 5 muito relevante.

	1	2	3	4	5
Esportes rurais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shows sertanejo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eventos agropecuários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

Culinária caipira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vestimenta rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amor pelos animais de grande porte (cavalos e/ou bovinos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veículos utilitários (caminete, caminhões, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profissões relacionadas ao ambiente rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paisagem rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linguagem do ambiente rural (modo de falar, sotaque e gírias)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13) Com relação ao tipo de música que você ouve, qual a alternativa que mais se encaixa com seu gosto: *

Gosto de músicas de raiz.

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

Gosto de músicas sertanejas.

Gosto de música sertaneja universitária.

Gosto de música folk.

Nenhuma das opções.

14) O seu envolvimento com a cultura rural está: *

Tenho vínculo com a cultura.

Não tenho vínculo, mas me identifico.

Não tenho vínculo e nem me identifico.

15) Teria interesse em residir na Zona Rural? *

Sim

Não

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

16) O que te impede hoje de se estabelecer na Zona Rural? *

Texto de resposta longa

17) Qual dessas mídias: Rádio, Televisão e Internet, que você mais utiliza, onde 1 é a mais utilizada e 3 a menos utilizada. *

Texto de resposta longa

18) Quantas vezes por semana acessa os redes sociais: *

Diariamente.

Duas ou três vezes por semana.

Uma vez por semana.

19) Como escolhe as roupas que compra: *

Pelo gosto.

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

Pelo o que está na moda.

Com base no que os atores e cantores preferidos usam.

Pela marca.

Outros...

20) Como fica sabendo os eventos agropecuários: *

Pelas redes sociais.

Pela mídia (notícias em rádio, TV, internet, jornais, revistas, cartazes).

Por amigos.

Outros...

21) Com relação a escolha dos eventos agropecuários que frequenta, qual o principal motivo: *

PERGUNTAS RESPOSTAS 303

20) Como fica sabendo os eventos agropecuários: *

Pelas redes sociais.

Pela mídia e/ou imprensa (notícias em rádio, TV, internet, jornais, revistas, cartazes).

Por amigos.

Outros...

21) Com relação a escolha dos eventos agropecuários que frequenta, qual o principal motivo: *

Escolho pelas atrações musicais.

Escolho pelos leilões.

Escolho pela fama do evento.

Escolho pelos torneios (provas equestres, montarias, etc.).

Escolho pela proximidade com a minha região.