

## **O impacto do processo de urbanização e consumo digital entre jovens rurais: uma análise a partir da literatura**

### **The impact of the urbanization and digital consumption process among rural young people: an analysis from literature**

DOI:10.34117/bjdv7n3-515

Recebimento dos originais: 10/02/2021

Aceitação para publicação: 20/03/2021

#### **Andreza Teixeira Guimarães Stampini**

Mestranda em Economia Doméstica (UFV)

Discente da Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Endereço: Av. Peter Henry Rolfs s/n – Campus Universitário –Viçosa – MG

E-mail: andreza.stampini@ufv.br

#### **Neide Maria de Almeida Pinto**

Doutora em Ciências Sociais

Professora da Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Endereço: Av. Peter Henry Rolfs s/n – Campus Universitário –Viçosa – MG

E-mail: nalmeida@ufv.br

#### **Joyce Keli do Nascimento Silva**

Doutora em Ciências Sociais

Discente da Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Endereço: Av. Peter Henry Rolfs s/n – Campus Universitário –Viçosa – MG

E-mail: joycekelinascimento@gmail.com

#### **Ana Louise de Carvalho Fiuza**

Doutora em Ciências Sociais

Professora da Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Endereço: Av. Peter Henry Rolfs s/n – Campus Universitário –Viçosa – MG

E-mail: lousiefiuza@ufv.br

## **RESUMO**

Com o crescente avanço da urbanização, coloca-se a necessidade de estudar os meios urbanos e rurais em termos de suas caracterizações, rotinas, procurando entender as modificações ocorridas nestes espaços. Contudo, esta não é uma tarefa fácil, porque é preciso considerar o tempo, as mudanças que ocorrem ao longo dos anos e os impactos das mesmas no modo de vida das pessoas. Percebe-se que o meio rural tem passado por modificações e influências da urbanização, assim como o modo de vida urbano tem influenciado o espaço rural. Neste contexto, este artigo busca averiguar, por meio da literatura, como o rural tem sido influenciado pela urbanização das cidades, modificando assim o modo de vida dos seus moradores. Tal perspectiva se fará a partir da análise do consumo destas populações partindo da seguinte pergunta: de que forma o modo de vida

rural tem sido impactado pelo processo de urbanização e o crescente consumo dentro da sociedade? Parte-se da hipótese de que, com o avanço da urbanização, o modo de vida rural sofreu modificações, a partir da apropriação de bens que antes eram instituídos “urbanos” e agora ganha espaço na casa do campo. Para alcançar o objetivo da pesquisa, assim como buscar responder à pergunta de investigação e averiguar a hipótese, foi utilizado como tática metodológica uma pesquisa bibliográfica sobre a temática, adotando assim os seguintes passos: 1) leitura exploratória; 2) leitura seletiva e escolha do material que se encaixariam ao objetivo e tema deste estudo; 3) leitura analítica e análise dos textos; 4) a realização de leitura interpretativa e 5) a redação, estabelecendo um *corpus* do estudo ajuntando os temas mais abordados nas seguintes categorias: “As influências tecnológicas advindas com a urbanização e o consumo para os modos de vida dos residentes no meio urbano e rural”; “A sociedade do consumo e suas interfaces no meio rural” e “Sociedade do consumo e juventude rural”. Pode-se mencionar que a coleta de dados foi realizada no período de agosto de 2019 a agosto de 2020, com a busca de materiais, como livros, artigos, teses e dissertações, que abordavam a temática do trabalho. Os resultados apontam que o processo de urbanização tem transformado o indivíduo, intervindo em seu caráter e provocando alterações no seu modo de vida, assim como sua saúde mental. Pode-se mencionar que através do estudo, foi possível sanar a pergunta de investigação, assim como comprovar a hipótese da pesquisa, uma vez que produtos, como as TIC’s, já fazem parte do cotidiano das pessoas que vivem no meio rural, como no caso do telefone móvel celular utilizado pelos jovens rurais.

**Palavras-Chave:** Meio rural, meio urbano, urbanização e consumo.

#### ABSTRACT

With the increasing advance of urbanization, there is a need to study urban and rural environments in terms of their characterizations, routines, seeking to understand the changes that have occurred in these spaces. However, this is not an easy task, because it is necessary to consider the time, the changes that occur over the years and their impacts on people's way of life. It is noticed that the rural environment has undergone changes and influences of urbanization, as well as the urban way of life has influenced the rural space. In this context, this article seeks to ascertain, through the literature, how the rural has been influenced by the urbanization of cities, thus modifying the way of life of its residents. Such perspective will be made from the analysis of the consumption of these populations starting from the following question: in what way the rural way of life has been impacted by the urbanization process and the growing consumption within society? It starts with the hypothesis that, with the advance of urbanization, the rural way of life has undergone changes, from the appropriation of goods that were previously “urban” and now gains space in the country house. To achieve the research objective, as well as to seek to answer the research question and ascertain the hypothesis, a bibliographic research on the theme was used as methodological tactic, thus adopting the following steps: 1) exploratory reading; 2) selective reading and choice of material that would fit the objective and theme of this study; 3) analytical reading and analysis of the texts; 4) the performance of interpretive reading and 5) the writing, establishing a corpus of the study gathering the most discussed themes in the following categories: “The technological influences resulting from urbanization and consumption for the ways of life of residents in urban and rural areas”; “The consumer society and its interfaces in the rural environment” and “Society of consumption and rural youth”. It can be mentioned that data collection was carried out from August 2019 to August 2020, with the search for materials, such as books, articles, theses and dissertations, which addressed the theme

of the work. The results show that the urbanization process has transformed the individual, intervening in his character and causing changes in his way of life, as well as his mental health. It can be mentioned that through the study, it was possible to solve the research question, as well as to prove the research hypothesis, since products, such as ICT's, are already part of the daily lives of people living in rural areas, as in the case cell phone used by rural youth.

**keywords:** Countryside, urban environment, urbanization and consumption.

## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da urbanização na América Latina foi possível por causa da atuação do meio rural e suas estruturas tanto agrária como agrícola (MIRANDA e GOMES-JÚNIOR 2017). Com relação ao Brasil, pode-se mencionar que o país foi incentivado pela agricultura comercial e pela exploração mineral, colaborando para os diversos fatores, como a construção de cidades ao redor do litoral e no interior do país (SANTOS, 1994). De tal modo, ao passar do tempo, as cidades foram ficando cada vez mais povoadas. Segundo Santos (1994), o Brasil foi considerado um país agrícola durante muitos séculos, e somente na metade do sec. XX que começou o processo de urbanização no Brasil (NASCIMENTO, 2016).

Para Sposito (2010), o processo de urbanização começou a se intensificar a partir do século XXI, com a saída dos indivíduos do campo para a cidade. Por causa deste fenômeno, muitos pesquisadores tentam conceituar o urbano e o rural. Porém, esta não é uma tarefa simples, porquanto é imprescindível pensar a história e seus elementos, pois, o que era considerado como rural e urbano a anos atrás, não é o mesmo recentemente (ENDLICH, 2010).

Com o aumento das cidades, entendeu-se que o modo de vida das pessoas que residem nos diferentes espaços se modificou (WIRTH, 1979). Nota-se que o meio rural e o meio urbano têm diferenças em alguns aspectos, como do tempo, da relação com a terra, dos trabalhos e os hábitos (BAGLI, 2010). Não é segredo que o meio rural tem sofrido modificações e influências da urbanização, assim como o modo de vida urbano tem impactado o espaço rural. Além disso, com a urbanização, surgiu a divisão do trabalho e as distinções de classe social (ENDLICH, 2010).

Segundo Endlich (2010, p. 13), “o debate sobre o rural e o urbano é relevante para quem estuda as pequenas cidades, pois os limites estabelecidos entre essas duas dimensões são procurados exatamente nessas localidades”. Diante disto, o objetivo deste

artigo é o de averiguar, por meio da literatura, como o rural tem sido influenciado pela urbanização das cidades, modificando assim o modo de vida dos seus moradores, a partir da análise do consumo destas populações. Além disso, a questão que norteia a investigação é: De que forma o modo de vida rural tem sido impactado pelo processo de urbanização e o crescente consumo dentro da sociedade? A hipótese da pesquisa é: Considerando o avanço da urbanização, o modo de vida rural sofreu modificações, como apropriação de bens que antes eram instituídos “urbanos” e agora ganha espaço na casa do campo.

De acordo com o exposto, nota-se que este trabalho se justifica, pois, segundo Sposito (2010), são necessárias mais pesquisas referentes ao debate de campo-cidade e rural-urbano, com o intuito de conceitua-los de modo a corresponder ao mundo contemporâneo que estamos inseridos. Além disso, nota-se o crescente interesse dos pesquisadores em estudar o tema do consumo e seus impactos dentro da sociedade, reforçando assim a ambiguidade que cerca a temática e criando uma interpretação do consumo baseada na apropriação da mercadoria, utilização e descarte do produto (BARBOSA e CAMPBELL, 2006). Segundo Barbosa (2004), em nosso país, a temática do consumo ainda é pouco explorada, há pouca publicação que trabalhem o assunto, necessitando de mais estudos que abordem o tema. Diante disto, percebe-se que este trabalho contribuirá para o debate do modo de vida rural e urbano, assim como a apropriação do consumo pelos indivíduos, principalmente os jovens rurais.

## 2 MÉTODOS

Para alcançar o objetivo da pesquisa, assim como buscar responder à pergunta de investigação e averiguar a hipótese, foi utilizado como tática metodológica uma pesquisa bibliográfica sobre a temática: o modo de vida rural brasileiro; juventude rural no nosso país; o processo da urbanização e do consumo no Brasil. De acordo com Gil (2007, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Pode-se mencionar que a coleta de dados foi realizada no período de agosto de 2019 a agosto de 2020, com a busca de materiais em *sites* como *Scielo*, *Locus UFV*, Portal de periódicos da Capes/MEC, *Web Of Science* e o *Listado de revistas indexadas en ISI para Ciencias Sociales*, que abordavam a temática do trabalho. Foram considerados publicações entre 1991 a 2020, com o intervalo de vinte e nove anos. Outro critério que foi considerado diz respeito aos autores, que buscou-se utilizar pesquisadores que

trabalhavam com as temáticas de espaço rural ou modo de vida rural; processo de urbanização e modernização da sociedade, assim como o consumo e juventude rural. Inicialmente foram selecionados 33 materiais, como livros, artigos, teses e dissertações, contudo, com a leitura previa das obras que chamaram a atenção, para o presente artigo, só foram utilizadas 25.

Após a escolha dos materiais que seriam utilizados, foram adotados os seguintes passos: 1) leitura exploratória; 2) leitura seletiva e escolha do material que se encaixariam ao objetivo e tema deste estudo; 3) leitura analítica e análise dos textos; 4) a realização de leitura interpretativa e 5) a redação. Em seguida, estabeleceu-se um *corpus* do estudo ajuntando os temas mais abordados nas seguintes categorias: “As influências tecnológicas advindas com a urbanização e o consumo para os modos de vida dos residentes no meio urbano e rural”; “A sociedade do consumo e suas interfaces no meio rural” e “Sociedade do consumo e juventude rural”.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

#### **AS INFLUÊNCIAS TECNOLÓGICAS ADVINDAS COM A URBANIZAÇÃO E O CONSUMO PARA OS MODOS DE VIDA DOS RESIDENTES NO MEIO URBANO E RURAL**

Durante muitos séculos, o Brasil foi considerado um país agrícola (SANTOS, 1994) e, somente na metade do sec. XX foi que começou o processo de urbanização no Brasil, conforme aponta Nascimento (2016). Isto foi possível “(...) pelo crescimento de seu setor industrial e pela dinâmica de modernização de setores produtivos, tanto no campo como no meio urbano (...)” (NASCIMENTO, 2016, p. 53).

Com um território grande, o Brasil era impulsionado pela agricultura comercial e pela exploração mineral, contribuindo para o povoamento, riqueza e formação de cidades ao redor do litoral e no interior do país (SANTOS, 1994). Assim, ao longo dos anos, as cidades foram ficando cada vez mais povoadas, ganhando números significativos de moradores. Segundo Santos (1994), em 1872, a população urbana do país era de 5,9% e em 1900, passou para 9,4%. Já em 1940, a taxa de urbanização era de 26,35%, passando para 68,86% em 1980 e alcançando 80% em 2000. Neste contexto, mesmo as regiões agrícolas deixaram de ser predominantemente rurais, em função do avanço da industrialização e da urbanização. Para o autor, as regiões urbanas se caracterizam pela predominância de atividades de fabricação; em que a vida econômica e social era guiada em torno de atividades secundárias e terciárias. Já as regiões agrícolas se caracterizam

pela predominância de atividades agrícolas, as quais podem se desenvolver mediante o uso de muita tecnologia, como se nota nas cidades do agronegócio.

Corroborando com os dados históricos de Santos (1994), Nascimento (2016, p. 53) menciona que em 1950, houve o progresso da indústria no país e em 1970, o Brasil tem uma “(...) revolução técnico-científica e a chegada dos satélites brasileiros (...)”, incentivando a modernização do país. Assim, entre 1964 a 1985, percebe-se que o Brasil importava tecnologia e exportava para fora do país, por exemplo, café, que era um produto com maior probabilidade de ser aceito pelo mercado externo. Esta exportação brasileira era impulsionada por causa da competição internacional que se intensificou em meados dos anos 1990 a 1995 (NASCIMENTO, 2016). Segundo o autor,

No início dos anos 1990 o fenômeno da migração rural-urbana já havia diminuído de intensidade, mas o total de população urbana, que era de pouco menos de 19 milhões de habitantes em 1950 (45,5% da população total da época), já atingia em 1991 a marca de 111 milhões (75,6%) (...) (NASCIMENTO:2016, p. 56).

Miranda e Gomes-Júnior (2017) salientam que o padrão pré-estabelecido da urbanização mudou após os anos de 1990 com a conexão entre o urbano e o rural. Além disso, os autores chamam a atenção para a urbanização reflexa, que ocorreu por causa do capitalismo adentrando o meio rural e impulsionando a exportação de produtos agrícolas produzidos no Brasil.

Observou-se que entre os anos de 1990 a 2010, os grandes centros urbanos, seguidos das cidades medias metropolitanas, se aglomeravam indivíduos e atividades, enquanto as cidades de pequeno porte e médio, que estavam as margens das fronteiras agrícolas, contribuíam para a modificação das relações entre as regiões urbanas e rurais (MIRANDA e GOMES-JÚNIOR, 2017). Miranda e Gomes-Júnior (2017) ressaltam ainda sobre a intensidade da urbanização caracterizando-a como “situação em que o ritmo do crescimento da população urbana de uma cidade é maior que o ritmo de crescimento de sua população total” (MIRANDA e GOMES-JÚNIOR, 2017, p. 208). Além disso, os autores expõem que os dois momentos com o crescente aumento da população urbana em nosso país ocorreram em 1950 a 1980, no “auge do desenvolvimentismo”, com o referido processo de industrialização nas regiões urbanas e em 1980 a 2010, no “auge do neoliberalismo”, com o enfraquecimento das indústrias (MIRANDA e GOMES-JÚNIOR, 2017). No pós-1990, os autores salientam que

(...) a característica central do atual padrão de urbanização é ter dado sustentação a uma organização espacial com cidades de conteúdo agrícola moderno, que passam a contar com um segmento terciário (serviços) mais avançado e que, concomitantemente, tornaram-se mais dependentes de relações socioeconômicas extralocais/regionais e de repasses e/ou investimentos governamentais (...) (MIRANDA e GOMES-JÚNIOR, 2017, p. 224).

Segundo Nascimento (2016, p. 57), o Brasil, no sec. XXI, tem aproximadamente 191 milhões de habitantes, em que 84% se encontram no meio urbano:

O país chega ao segundo decênio do século XXI com cerca de 191 milhões de habitantes, sendo mais de 84% os residentes em áreas urbanas, números estes que traduzem os efeitos demográficos de um massivo processo de urbanização e que segue se intensificando, não só em termos populacionais, mas também em termos espaciais (crescimento de cidades e de usos tipicamente urbanos da terra) e sociais, com a difusão de valores e padrões de consumo urbanos para além dos limites das cidades.

Percebe-se então que o processo de urbanização começou a crescer a partir do século XXI, com a saída dos indivíduos do campo para a cidade (SPOSITO, 2010). Miranda e Gomes-Júnior (2017) ressaltando que o processo de urbanização na América Latina contou com a influência do meio rural e suas estruturas tanto agrária como agrícola. Desta forma, nota-se que muitos pesquisadores tentam conceituar o urbano e o rural. Contudo, isto não é uma tarefa fácil, porquanto é indispensável pensar a história e seus elementos, pois, o que era estimado como rural e urbano há anos atrás, não é o mesmo atualmente (ENDLICH, 2010). Com o aumento das cidades, entendeu-se que o modo de vida das pessoas que residem nos diferentes espaços se modificou (WIRTH, 1979) e, a partir daí, observa-se a diferença entre o meio rural e o meio urbano nos aspectos do tempo, da relação com a terra, dos trabalhos e dos hábitos (BAGLI, 2010). É fato que o meio rural tem sofrido modificações e influências da urbanização, assim como o modo de vida urbano tem impactado o espaço rural. Além disso, com a urbanização, adveio a divisão do trabalho e as distinções de classe social (ENDLICH, 2010).

Mas o que é o meio rural? Para Balestrieri (2016) é complexo conceituar o “rural”, isto porque é um conceito transversal e relativo. Ela salienta que, do ponto de vista econômico, o “rural” é considerado um espaço agrícola. Segundo a autora, a OCDE (2006), no seu sistema de classificação, considera “rural”, um espaço que tenha menos de 150 habitantes por km<sup>2</sup>. Além disso, na Itália, o Instituto Nacional de Economia Agrária (INSOR) utiliza para classificar rural e urbano, a consideração da área verde em comparação à área construída. Já o Instituto Nacional de Estatística (ISTAT) do governo italiano, leva em consideração a condição socioeconômica da área verde do município.

Balestrieri (2016) salienta ainda que existem diferentes estudos para definir o rural, sendo que é necessário considerar o país e finaliza descrevendo que:

O rural pode ser entendido como uma categoria interpretativa e, como resultado, o processamento de características de lugares e imagens espaciais consolidou a permanência na população com base em seus mediadores socioculturais. Se é verdade que a ruralidade pode ser percebida de maneira diferente entre os indivíduos, com cada um tendo uma visão particular, então provavelmente há elementos recorrentes comuns à maioria das pessoas. Em outras palavras, embora cada indivíduo esteja vinculado a um modo específico de perceber, os grupos sociais podem compartilhar percepções semelhantes com relação a um determinado espaço (BALESTRIERI, 2016, p. 120).

Segundo Endlich (2010, p. 23), o “rural designa uma condição de vida pretérita, que vem sendo superada material e culturalmente”. Além disso, “a vida rural significa uma situação humana em que a sobrevivência só é possível com muito trabalho” (ENDLICH, 2010, p. 23). Ademais, segundo a autora, o dicionário Aurélio considera que o rural é relativo ao campo e o urbano é referente à cidade. Muitas vezes, o rural é entendido como espaço de limitação, enquanto o urbano é visto como espaço de superação da precariedade (ENDLICH, 2010).

E o que é cidade? Para Wirth (1979, p. 92), “uma definição sociologicamente significativa do que seja cidade procura selecionar aqueles elementos do urbanismo que a marcam como um modo distinto de vida dos agrupamentos humanos”. Para o autor, não é possível levar em consideração somente o número de habitantes do local, nem considerar somente o espaço físico da cidade. Para o autor, “uma cidade pode ser definida como um núcleo relativamente grande, denso e permanente, de indivíduos socialmente heterogêneos” (WIRTH, 1979, p. 96). Ou seja, é necessário levar em consideração o tamanho da população, a densidade e heterogeneidade dos indivíduos.

Já para Park (1979, p. 26) a cidade

É um estado de espírito, um corpo de costumes e tradições e dos sentimentos e atitudes organizados, inerentes a esses costumes e transmitidos por essa tradição. Em outras palavras, a cidade não é meramente um mecanismo físico e uma construção artificial. Está envolvida nos processos vitais das pessoas que a compõem; é um produto da natureza, e particularmente da natureza humana.

Segundo o autor, a cidade é uma unidade econômica, baseada na divisão do trabalho, que se torna um mero artefato de uso e costumes da população. “A cidade é o *habitat* natural do homem civilizado” (PARK, 1979, p. 27). Observa-se o paradoxo que cerca a cidade, pois alguns estudiosos acreditam que a cidade é construída por fatores

sócio históricos, ou seja, que foi planejada e outros que afirmam que a cidade é influenciada por fatores orgânicos, sem interferências do homem (ELIAS, 1994).

Para Bernadelli (2010) pensar no urbano implica em ir além das fronteiras das cidades, enquanto um espaço que tem suas especificidades que se diferencia do rural. Segunda a autora, o rural e o urbano devem ser pensados na dimensão geográfica, ou seja, pelo espaço, sendo que esta definição do que é um espaço e outro vai decorrer do processo histórico. Contudo, a autora chama a atenção para o fato de que os conceitos rural e urbano não devem ser fixados e que deve-se levar em consideração as mudanças históricas que ocorrem ao longo do tempo. A autora salienta ainda que o modo de vida de uma população pode cooperar para a definição de cidade, sendo que o mesmo pode se referir ao modo de vida das pessoas que vivem no meio rural. Além disso, os trabalhos desempenhados pelas pessoas vão auxiliar na construção da definição deste espaço rural ou urbano. Assim como o tipo de consumo, pois, cada localidade vai ter uma cultura consumista, revelando o espaço que residem (BERNADELLI, 2010).

Com o advento da modernidade, a relação rural-urbano sofre profunda alteração conforme apontaram autores como Giddens (1991) e Bagli (2010). Para Giddens (2010), com a modernidade se estabelece, de forma inequívoca, o paradoxo entre o indivíduo *versus* a sociedade. Nas suas palavras, Giddens (1991, p. 14) se expressa:

Os modos de vida produzidos pela modernidade nos desvencilharam de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedentes. Tanto em sua extensionalidade quanto em sua intencionalidade, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas que a maioria dos tipos de mudança característicos dos períodos precedentes. Sobre o plano extensional, elas serviram para estabelecer formas de interconexão social que cobrem o globo; em termos intencionais, elas vieram a alterar algumas das mais íntimas e pessoais características de nossa existência cotidiana.

Tempo e espaço sofrem alteração com a chegada da modernidade. Para Bagli (2010), o tempo vai ser diferente em cada espaço, ou seja, no urbano, o tempo é caracterizado como rápido, mecânico e movimentado, pois as pessoas vivem no ritmo da produção, reprodução, consumo, troca, transformação, vivendo para o trabalho, sendo que os indivíduos são condicionados pelo relógio, tendo tempo para tudo (dormir, acordar, trabalhar, alimentar-se e etc.). Já no rural, o tempo é lento, pois os indivíduos vivem conforme o tempo da natureza (plantio, crescimento e colheita), as transformações não são sentidas de forma marcante, por causa dos horários e movimentos deste tempo que são diferentes do espaço urbano. Segundo Cezar *et al.* (2020, p. 104196), “(...) o modelo de vida rural é considerado um modo de vida ideal, baseado na tranquilidade e na

calma (...)”. Bagli (2010), refletindo que este tempo é diferenciado nos espaços, menciona que pode se falar então de modos de vida, que caracterizaram e diferenciam o rural do urbano.

A relação com a terra é diferente no espaço urbano (construção) e rural (plantio). As pessoas que residem nos espaços urbanos têm procurado locais no campo, com a finalidade de sair de um local estressante, procurando um lugar mais tranquilo e que se aproxima mais da natureza. Contudo, nem todos os espaços do campo retratam a verdadeira realidade do rural, por causa de suas paisagens ou o que oferecem para o consumidor como espaço de lazer. Os hábitos das pessoas vão ser diferenciados, quando levado em consideração o espaço em que residem, ou seja, uma pessoa que reside no meio urbano pode acordar e ir comprar pão na padaria, já um sujeito que vive no campo, pode acordar, ordenhar a vaca e tomar um leite fresco. Contudo, com o processo de urbanização e a crescente demanda do mercado por consumidores ativos têm mudado os hábitos dos sujeitos que vivem no meio rural, sendo introduzidos elementos considerados “urbanos” no campo, como eletricidade e telefonia. Com a possibilidade dos indivíduos de adquirir mercadorias, mesmo que de modos diferentes, por causa do acesso ao produto ou propaganda do mesmo, o campo e a cidade estão vivendo conectados. Além disso, as mercadorias produzidas no espaço urbano estão presentes no rural, como eletrodomésticos e vice-versa, como matéria-prima (BAGLI, 2010).

De acordo com o exposto, nota-se que alguns estudiosos, como Bernadelli (2010), consideram as diferenças de espaços pelo modo de vida dos moradores, classificando-os por exemplo pelo tipo de consumo. Contudo, com a sociedade do consumo e a imersão dos produtos rotulados como “urbanos” no meio rural, este pensamento da autora é válido ou precisamos refletir sobre o tempo, espaço e avanço da tecnologia para os dias atuais, investigando assim como é o modo de vida atual dos moradores do “novo” rural?

#### **4 A SOCIEDADE DO CONSUMO E SUAS INTERFACES NO MEIO RURAL**

Com o processo de urbanização e a sociedade moderna contemporânea, cresceu o consumo de produtos, fazendo emergir a “sociedade do consumo” (BARBOSA, 2004). Neste contexto, as ciências sociais, assim como outras áreas do meio científico, começaram a estudar as influências e as transformações ocorridas na sociedade por meio do consumo, nas últimas décadas (TONDO e SILVA, 2016). Assim, o tema do consumo começou a ser estudado pelos sociólogos na década de 1980, em função de duas hipóteses teóricas: a primeira, por acreditar que “todo e qualquer ato de consumo é essencialmente

cultural” e a segunda, por confiar que a sociedade moderna contemporânea é caracterizada pela sociedade de consumo (BARBOSA, 2004, p. 13).

Barbosa (2004) demarca a existência de uma dualidade entre as origens históricas da sociedade de consumo, ou seja, uma vertente que se atenta com o ‘quando’ e outra com ‘o que’ de fato possa ter mudado. Pode-se mencionar que o debate entre as duas vertentes gira em torno da Revolução Industrial, em que a primeira acredita que as pessoas começaram a consumir mais depois da implementação das indústrias e a segunda corrente afirma que antes mesmo da Revolução Industrial, já existia o consumo, por meio da fabricação das mercadorias por outras técnicas. Na opinião da Barbosa (2004), a segunda vertente é mais aceita, pois as pessoas já consumiam as mercadorias por meio de fabricações que ainda não eram industriais.

Segundo a autora, foi no século XVI que começaram as mudanças na sociedade, com a expansão do mercado do ocidente para o oriente e com o crescente consumo de produtos, como botões, louças de casa, brinquedos, no cotidiano das pessoas. Entre as mudanças ocorridas durante os anos, Barbosa (2004, p. 19) salientou duas: “a passagem do consumo familiar para o consumo individual e a transformação do consumo de pátina para o consumo de moda”. Com relação à primeira, pode-se expor que as pessoas deixaram de consumir segundo o estilo do grupo familiar para consumir segundo um estilo próprio, que reforçaria, por exemplo, a individualização e a auto expressão. Já a segunda, as pessoas deixaram de consumir objetos que eram passados de geração para geração, preferindo mercadorias que pertencessem à moda vigente.

Na sociedade de consumo, as pessoas e até mesmo o país são vendidos como “livres”, contudo, as consequências na trajetória de vida dos sujeitos vão depender de suas escolhas individuais. Podendo fazer escolha, o indivíduo percebe que tem liberdade, mais também responsabilidade pelos seus atos. Esta responsabilidade, que antes era com o outro, torna-se consigo próprio, ou seja, o consumidor passa a ter responsabilidade consigo mesmo por causa de suas escolhas. Na sociedade de produto, por meio da fabricação de mercadorias, o trabalho tornou-se algo de poder de compra e venda, transformando a mão de obra em uma mercadoria. Já com relação aos consumidores, por meio desta sociedade de produtos, foi notada a construção da identidade dos indivíduos como parte simbólica na compra e venda dos mesmos (BAUMAN, 2008).

Segundo Barbosa e Campbell (2006), toda sociedade é consumidora, na medida em que os sujeitos utilizam produtos seja para sanar necessidades físicas, como fome, seja para construção da identidade, tentativa de alcançar poder e *status* dentro do ambiente

em que convive. Todos os indivíduos da sociedade são consumidores ativos, contudo, nem todos são os fornecedores da mão de obra que produz a mercadoria que circula, como por exemplo as crianças (BARBOSA e CAMPBELL, 2006).

O termo “sociedade do consumo” é um dos rótulos instituídos por profissionais de diversas áreas para se remeter à sociedade contemporânea. Nesse contexto, a sociedade do consumo é pautada na consumação de bens e serviços, que pode ser entendido de duas maneiras: o consumo para suprir necessidades básicas, como a fome, e o consumo que pode ser dispensável, como adquirir uma nova mercadoria, pois é o último lançamento. As pessoas não são obrigadas a consumir e as mesmas que praticam “consumismos” não são punidos. No entanto, percebe-se que as pessoas são induzidas a consumir como ato de satisfazer seus desejos e se sentirem incluídos socialmente (BARBOSA, 2004).

Para Bauman (2008, p. 19), a “sociedade de consumidores se distingue por uma reconstrução das relações de consumidores e os objetos de consumo”, ou seja, uma relação entre o indivíduo (sujeito) e a mercadoria (objeto) que irá satisfazê-lo. Porém, nesta sociedade, diferente das demais, antes de ser consumidor, o indivíduo torna-se mercadoria. Este processo é marcado como uma das características da sociedade de consumidores.

O consumo é elusivo, pois só passa a ser conhecido quando é classificado pelos padrões estabelecidos pelos ocidentais e ambíguo, porque vai receber vários entendimentos, seja de compra, satisfação ou exaustão. O consumo ora vai ser entendido como assunto positivo, ora será considerado como uma questão negativa, por causa das apropriações das mercadorias, utilização e satisfação dos consumidores. Barbosa e Campbell (2006, p. 21) salientam que esta ambiguidade do termo consumo deriva dos significados da palavra em diferentes lugares, citando que “consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir; e do termo inglês *consummation* que significa somar e adicionar”. No Brasil, o significado do termo consumo ficou mais próximo da primeira dimensão, que tem sentido negativo, enquanto consumação, com sentido positivo de realização e clímax, ficou mais restrita ao ato sexual.

Ademais, a representação do consumo como aspecto negativo se deu pelo ponto de vista dos ocidentais, que entendia o consumo como um mal que era necessário para a sociedade por causa do número populacional de pessoas. Somente no final do século XVII é que o consumo foi sendo considerado um aspecto positivo, pois o aumento do consumo dentro da sociedade gerava o acréscimo econômico (BARBOSA e CAMPBELL, 2006).

Mas o que é consumo? Segundo Barbosa e Campbell (2006, p. 26),

(...) na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como um produtor de sentido e identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea.

Para Silva (2019, p. 40), “(...) o consumo se trata do conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos, é o lugar onde se completa o ciclo de produção e reprodução social (...)”. É fato que conceituar consumo é uma tarefa complexa, uma vez que os padrões de consumo vêm se modificando ao longo dos anos, porém, esta busca pela teorização deste tema, faz com que os pesquisadores reflitam cada vez mais sobre o fenômeno que engloba a sociedade consumista (BARBOSA e CAMPBELL, 2006).

Há dualidade entre o termo sociedade do consumo e cultura do consumo, que são termos diferentes, por duas razões: primeiramente, por serem termos desvinculados um do outro no campo da vida social e disposições organizacionais e segundo, porque autores vão considerar esta cultura do consumo como sendo um termo pertencente à sociedade pós-moderna, necessitando assim da distinção entre sociedade e cultura. Na sociedade contemporânea, ainda existe um debate entre a sociedade do consumo e a definição do consumo, pois o consumir dentro de uma sociedade pode gerar questões que são ou não morais, ou seja, a finalidade do consumo vai determinar um julgamento moral, se é um consumo para satisfação pessoal ou para suprir necessidades fundamentais. Contudo, mesmo com ou sem julgamento moral por parte da sociedade, o ato de consumir pode perpassar por afirmações universais como de construção da identidade e afirmação, inclusão ou exclusão social (BARBOSA, 2004).

Atualmente os produtos estão sendo fabricados com data de validade, pois assim que for lançada outra mercadoria da marca no mercado, o sujeito é impulsionado pelo *marketing* a trocar seu modelo velho pelo novo lançamento. Outra vertente da duração da mercadoria é a durabilidade, em que os produtos não estão sendo produzidos com a mesma qualidade de anos atrás, necessitando de trocas mais frequentes. Os produtos que não “servem” mais para o consumidor são descartados, assim na sociedade de consumo, prevalecem os excessos, extravagâncias e desperdícios, sendo que a sociedade de consumidores busca pela perfeição de uma classe grupal (BAUMAN, 2008).

Na sociedade de consumidores, o que reina é a filosofia de comprar, usar e depois descartar a mercadoria adquirida, pois a vida do consumidor está pautada no sentido de

movimento. O que a sociedade quer dos seus indivíduos são pessoas satisfeitas com os produtos que estão usufruindo, isto se dá por causa do apavorante medo da sociedade do consumo com relação aos seus consumidores. A cultura consumista vai desconsiderar o passado, engrenando a cada dia um novo presente, uma nova mercadoria, desvalorizando o modelo ou moda passada (BAUMAN, 2008).

As mercadorias vão se renovando conforme as estações, o que era moda na estação passada, nesta já não é mais. Com isto, as pessoas se veem presas no processo de emergência, criado pelos comerciantes através do *marketing*. Os consumidores aprendem rápido sobre a sociedade do consumo, mais ao mesmo tempo se esquecem muito ligeiro. O comprar e o não comprar determinado produto andam atrelados com o consumidor (BAUMAN, 2008).

Bauman (2008) chama a atenção para o processo de auto identificação do sujeito dentro da sociedade de consumidores, que faz com que o indivíduo necessite possuir as marcas que estão sendo comercializadas no mercado, para sentir-se pertencente à tendência do estilo e à frente dos demais sujeitos. Este indivíduo tem o poder da escolha, contudo, ele é obrigado a fazer uma escolha.

Surge então a síndrome cultural consumista, que corresponde à indefinição do valor de protelar e do provável benefício de se delongar ao contentamento. Com a síndrome, as pessoas estão preocupadas, por exemplo, em saber sobre a duração em longo prazo do produto e a sua satisfação com o mesmo antes de ser descartado. Segundo Bauman (2008, p. 111), “(...) a síndrome consumista envolve velocidade, excesso e desperdício”.

Percebe-se então a auto definição do sujeito líquido-moderno que é o acometimento de escolha e o empenho de virar a alternativa abertamente cognoscível, sendo que a identidade vai ser construída, pois os indivíduos não nascem com ela nem as recebem por meio de doação. Para a construção da identidade, os sujeitos necessitam descartar os produtos que estão “ruins”, substituindo-os por mercadorias que vão satisfazê-los (BAUMAN, 2008). Percebe-se, assim, o paradoxo do consumo nos distintos espaços da sociedade. Contudo, como o avanço tecnológico algumas mercadorias consideradas ‘urbanas’, estão ganhando o meio rural, a exemplo das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o que tem impactado tanto o meio urbano quanto o meio rural.

No Brasil, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) (2017), realizou um estudo sobre as Tecnologias de Informação e

Comunicação (TIC's) com pessoas que tinham mais de 10 anos de idade, que dispunham ou não de televisão, telefone móvel celular e acesso à *Internet* para uso pessoal. A PNAD Contínua (2017), fez uma comparação destas TIC's entre os anos de 2016 e 2017 (IBGE, 2018). No trabalho, observou-se que o percentual de domicílios que assistiam TV por meio do sinal de antena parabólica diminuiu, tanto no meio rural quanto no meio urbano de 2016 para 2017. Já com relação ao acesso à *Internet*, percebe-se um aumento de um ano para o outro, passando de 69,3% dos domicílios com acesso à *Internet*, para 74,9% em 2017 em todo o país. Com relação ao telefone móvel celular, percebeu-se um crescimento lento em todo o país, passando de 77,1% em 2016, para 78,2% em 2017. No ano de 2017, foi constatado que na área urbana do país, 81,9% das pessoas tinham telefone móvel celular, enquanto que na área rural, o percentual era de 55,8%. Segundo o estudo,

O crescimento da utilização da *Internet* nos domicílios da área rural foi mais acentuado que nos da área urbana, contribuindo para reduzir a grande diferença entre os resultados destas duas áreas. Em área urbana, o percentual de domicílios em que a *Internet* era utilizada estava em 75,0%, em 2016, e aumentou para 80,1%, em 2017, e, em área rural, subiu de 33,6% para 41,0% (IBGE, 2018, p. 5).

Ao falar em consumo, para Silva (2019), deve-se levar em consideração os aspectos mercadológicos, simbólicos e culturais. As pessoas, principalmente os jovens, adquirem um produto, como o celular, com um valor simbólico, na tentativa de ter um *status* e poder, pois quem tem um aparelho mais moderno, se sobressai ao outro que tem um modelo mais ultrapassado (SILVA, 2019).

Diante dos fatos mencionados, nota-se que o consumo está rodeado de questões que são ou não “aceitos pela sociedade”. Além disso, os produtos estão sendo fabricados com durações pequenas e por isto as pessoas estão vivendo a síndrome cultural consumista, investigando se a mercadoria adquirida vai satisfazê-lo por tempo suficiente, não precisando de uma troca a curto período. Não é segredo que o consumo está presente na vida dos indivíduos, seja qual localidade eles residem. Com isto, indaga-se, como está o consumo dos jovens? E da juventude rural?

## 5 SOCIEDADE DO CONSUMO E JUVENTUDE RURAL

De acordo com Pais (2006), as culturas juvenis estão rodeadas pelas farsas do disfarce, a qual está ligada no consumismo dos jovens e presentes na construção de suas identidades, por meio de roupas, tatuagens, *piercings*. Segundo o autor, na busca

incansável dos jovens em se encontrarem, eles acabam buscando no outro o que querem para si mesmo. Com isto, a juventude se envolve com a moda, se conectando com outros indivíduos por meio digital, acabam vivenciando doenças ligadas ao corpo como bulimia e anorexia, etc.

Um exemplo de consumo juvenil são as chamadas Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC's). Com as TIC's, a geração juvenil reforça sua identidade e ganha apoio nas fronteiras sociais acessadas por esta categoria (BRASIL, 2014). Não é segredo que produtos como o rádio, a televisão, o computador, o *notebook*, o celular, o telefone fixo, o *tablet*, entre outros aparelhos, já faz parte do cotidiano de pessoas, independentemente da localidade que residem (RENDI *et al.*, 2013; SILVA, 2019). Os telefones celulares constituem-se em exemplo claro de mercadoria em que ambos os jovens, seja do meio urbano ou rural, utilizam - mesmo que de formas diferentes. Segundo Silva (2019), os dois grupos da juventude conseguem se comunicar através desta tecnologia, ficando informados sobre acontecimentos regionais, nacionais e globais. Segundo o autor, os jovens rurais compram um aparelho celular, mesmo residindo em um local onde não há ponto de *Internet*, exatamente para se sentirem incluídos na sociedade. Este fato faz com que pesquisadores explorem as influências que o consumo das TIC's exerce sobre as identidades dos consumidores.

Neste contexto, é importante ressaltar que descrever o termo “jovem”, assim como o que são os meios rurais e urbanos, não é fácil. Entre muitos autores, pode-se citar que Novaes (2006), que salienta que o conceito de juventude está sempre em processo de construção, pois é preciso considerar aspectos históricos e culturais. A autora considera jovens pessoas entre 14 e 24 anos. Contudo, ressalta que esta faixa etária já está sendo modificada, pois as crianças estão começando a viver a fase juvenil mais cedo e os jovens-adultos estão prolongando a fase da juventude (NOVAES, 2006). Assim, não se pode considerar os jovens de maneira coletiva, pois cada grupo tem suas peculiaridades, que devem ser consideradas (VELHO, 2006). Para Silva (2019), no Brasil há dois grupos que englobam a temática da juventude: os jovens urbanos e os jovens rurais. Mais quais são as diferenças entre estes grupos? Segundo Silva (2019, p. 1) “(...) os grupos apresentam diferenças no âmbito do trabalho, educação e acesso à comunicação”.

Ao analisarmos os estudos que relacionam o tema da cultura juvenil e consumo, e em específico, ao consumo digital, faz-se situar o contexto socioeconômico e cultural em que esses jovens estão inseridos. Na pesquisa de Silva e Lopes (2018, p.1), os autores estudaram os jovens rurais, com idade entre 18 e 24 anos de idade, que são estudantes na

Universidade Federal de Viçosa (UFV) com o “objetivo investigar como os jovens rurais inseridos no espaço universitário utilizam o telefone celular”. Segundo os autores, os jovens rurais universitários querem possuir um celular por causa do *status* que o mesmo proporciona dentro do grupo social em que estão inseridos. Com o aparelho celular, eles conseguem acessar à *Internet*. Com este acesso, os jovens conseguem se conectar com suas “redes de relações”, além de ficarem informados através de notícias compartilhadas no *Facebook* e *WhatsApp*.

No estudo de Silva (2019), que tomou como referência jovens rurais maiores de 18 anos da Escola Família Agrícola (EFA) Puris, em Araponga-MG e jovens rurais universitários do curso de Licenciatura em Educação do Campo (Licena) da Universidade Federal de Viçosa (UFV), em Viçosa, demonstrou que mesmo em realidades de municípios rurais como é o caso de Araponga, o aparelho celular está presente no cotidiano dos jovens rurais. O celular no contexto rural significa, portanto, uma forma de inclusão àqueles jovens e, a depender do modelo que conseguiram ter acesso, uma forma de ostentação. No entanto, elas não conseguem remover desigualdades estruturais associadas a estas localidades. Assim, por exemplo, o estudo de Silva (2019) apontou as estratégias dos pesquisados para usufruírem do uso/acesso do celular uma vez que o sinal da telefonia não alcança todos os espaços.

Essa perspectiva não está presente, no entanto, nos jovens australianos estudados por Waite e Bourke (2015), que envolveu 40 jovens australianos de duas cidades consideradas rurais. Na pesquisa, os autores buscaram investigar se os jovens residentes no meio rural estavam atravessando barreiras geográficas com o uso das tecnologias de comunicação e se sim, até que ponto. Nos seus resultados, os autores perceberam que os jovens não notam o meio rural como sinônimo de isolamento e que eles utilizam as tecnologias de comunicação e a *Internet* no cotidiano, sabendo usar e acessar esta tecnologia. Assim, mesmo vivendo no meio rural, os jovens brasileiros e australianos têm contextos rurais bastante distintos, o que se revela no seu limite e campo de possibilidades de consumo e inclusão.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de urbanização vem transformando o indivíduo, influenciando em seu caráter e impactando no seu modo de vida, assim como sua saúde mental. Nota-se que pesquisadores vem estudando os espaços urbanos e rurais, conceituando-os a partir das mudanças históricas e culturais. Além disso, com o processo de urbanização e a sociedade

moderna contemporânea, o consumo de produtos cresceu. Com isto, estudiosos vem investigando o impacto do crescente consumo dentro da sociedade, assim como as influências nos modos de vida dos indivíduos, sejam que residem no meio urbano ou rural. Com relação ao meio rural, percebe-se o consumo dos moradores que moram nestas localidades e as investigações sobre o tema da juventude rural e a apropriação de bens.

Objetivo do artigo foi alçando, pois percebe-se que produtos rotulados do meio urbano já se fazem presente no meio rural, modificando o modo de vida das pessoas. A pergunta de investigação deste estudo foi sanada e a hipótese comprovada, uma vez que produtos, como as TIC's, já fazem parte do cotidiano das pessoas que vivem no meio rural, como no caso do telefone móvel celular utilizado pelos jovens rurais.

É necessário nos atentarmos para as novas organizações que estamos vivendo dentro da sociedade, para sermos capazes de compreendermos fenômenos como a modificação do modo de vida rural, a expansão do urbanismo e do consumismo dentro da sociedade brasileira.

De acordo com este estudo, conclui-se que para pesquisas futuras podem ser explorados mais sobre objetos que estão sendo apropriados no meio rural e que são oriundos do meio urbano, como as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), assim como definir uma etapa do ciclo da vida, como jovens rurais, para estabelecer a relação de como era o modo de vida deste sujeito de pesquisa antes da introdução de uma determinada TIC, como o telefone móvel celular e como está o modo de vida destes indivíduos com a inserção desta tecnologia.

## REFERÊNCIAS

BAGLI, Priscilla. Rural e urbano: harmonia e conflito na cadência da contradição. In: SPOSITO, MARIA ENCARNAÇÃO BELTRÃO; WHITACKER ARTHUR MAGON. **Cidade e campo: Relações e contradições entre o urbano e o rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 81 – 109.

BALESTRIERI, Mara. **Exploring the concept of rurality among university students in Sardinia, Italy**. [s. L.]: Rural Society, 2016. p. 117-133. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10371656.2016.1194323?needAccess=true#aHR0cHM6Ly93d3cudGFuZGZvbmxpbmUuY29tL2RvaS9wZGYvMTAuMTA4MC8xMDM3MTY1Ni4yMDE2LjExOTQzMjM/bmVIZEFjY2Vzcz10cnVlQEBAMA=>>>. Acesso em: 03 maio 2019.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004. 68 p.  
BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. Cap. 1. p. 21-44.

BAUMAN, Zygmunt. Cultura consumista. In: BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008. Cap. 3. p. 107-148.

BAUMAN, Zygmunt. Introdução: o segredo mais bem guardado da sociedade de consumidores. In: BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008. p. 7-35.

BERNARDELLI, Maria Lúcia Falcon da Hora. Contribuição ao debate sobre: o urbano e o rural. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; WHITACKER, Arthur Magon. **Cidade e campo: Relações e contradições entre o urbano e o rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 33 – 52.

BRASIL. **Estação juventude: conceitos fundamentais – ponto de partida para uma reflexão sobre políticas públicas de juventude**. Brasília: SNJ, 2014. 128p. Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/participacao/politicas%20de%20juventude1.pdf>>. Acesso em 15 mai 2019.

CEZAR, Marcelo Moreira; *et al.* **Juventude e neoruralidade: compreendendo subjetividades nesse espaço**. Brazilian Journal of Development: Curitiba, v. 6, n.12, p.104189-104198, 2020. Disponível em: <<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/22475/17991>>. Acesso em: 06 ago. 2020.

ELIAS, Norbert. A sociedade dos indivíduos. In: ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1994. p. 11-60.

ENDLICH, Ângela Maria. Perspectivas sobre o urbano e o rural. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; WHITACKER, Arthur Magon. **Cidade e campo: Relações e contradições entre o urbano e o rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 11 – 31.

GIDDENS, Anthony. As dimensões institucionais da modernidade. In: GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991. Cap. II. p. 61-82.

GIDDENS, Anthony. Introdução. In: GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991. Cap. I. p. 11-60.

GIL, Antonio Carlos. Como classificar as pesquisas?. In: GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. Cap. 4, p. 41-57.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (2018). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua**. Tecnologia da Comunicação e Informação (TIC) - Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2017. ISBN 978-85-240-4481-6. Disponível em: <[https://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?http=1&u=biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631\\_informativo.pdf](https://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?http=1&u=biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf)> . Acesso em: 14 de jun. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (2018). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua**. Tecnologia da Comunicação e Informação (TIC) - Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2017. ISBN 978-85-240-4481-6. Disponível em: <[https://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?http=1&u=biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631\\_informativo.pdf](https://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?http=1&u=biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf)> . Acesso em: 14 de jun. 2019.

MIRANDA, Humberto; GOMES-JÚNIOR, Evaldo. Urbanização reflexa: o surgimento de escalas urbanas intermediárias no Brasil pós-1990. **Revista EURE - Revista Regional de Estudos Urbanos**, S.l, vol. 43, nº130, 2017, p. 207-234. Disponível em: <<https://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1926/1025>>. Acesso em: 18 jun 2020.

NASCIMENTO, Ederson. Urbanização, globalização e exclusão social: reflexões a partir do caso brasileiro. **Revista Geográfica de América Central**, Universidad Nacional Heredia, Costa Rica, v. 2, nº 57, 2016, p. 43-67. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4517/451748499003.pdf>>. Acesso em: 18 jun 2020.

NOVAES, Regina. Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda. **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006, Cap II, p. 105-120.

PAIS, José Machado. Busca de si: expressividade e identidades juvenis. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda. **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006, p. 7 – 21.

PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, Otávio Guilherme. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1979. p. 26 – 67.

REDIN, Ezequiel; *et al.* Juventude rural e novas formas de sociabilidade mediadas pelas tecnologias da informação e comunicação (TICS). **Revista de Desenvolvimento Econômico (RDE)**, Salvador, v. 28, p.154-163, 2013. Disponível em:

<<https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/viewFile/2738/2136>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1994. 157 p.

SILVA, Jonathan Fagundes da. **Juventude Rural e telefone celular: consumo, apropriação e sociabilidade**. 2019. 95 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Extensão Rural, Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2019. Disponível em: <<https://www.locus.ufv.br/bitstream/handle/123456789/26434/texto%20completo.pdf?squence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 8 out. 2019.

SILVA, Jonathan Fagundes da; LOPES, Ivonete da Silva. **As interações dos jovens rurais universitários por meio do telefone celular**. Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Joinville: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018. 15 f. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1557-1.pdf>>. Acesso em: 15 abr 2019.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A questão cidade-campo: Perspectivas a partir da cidade. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; WHITACKER, Arthur Magon. **Cidade e campo: Relações e contradições entre o urbano e o rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 111 – 130.

TONDO, Romulo; SILVA, Sandra Rubia. Smartphones e pobreza digital: o consumo de telefones celulares e internet entre jovens de uma comunidade popular. **Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**, S.l, v. 13, n. 1, p.49-62, 2016. Disponível em: <<https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/arqcom/article/view/3982/3138>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

VELHO, Gilberto. Juventude, projetos e trajetórias na sociedade contemporânea. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda. **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006, p. 192-200.

WAITE, Catherine J.; BOURKE, Lisa. Rural young people's perspectives on online sociality: crossing geography and exhibiting self through Facebook. **Rural Society**, S.l, v. 24, n. 2, p.200-218, 2015. Disponível em: <[WIRTH, Louis. O urbano como modo de vida. In: VELHO, Otávio Guilherme. \*\*O fenômeno urbano\*\*. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1979. p. 90 – 113.](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10371656.2015.1060720?needAccess=true#aHR0cHM6Ly93d3cudGFuZGZvbmxpbmUuY29tL2RvaS9wZGYvMTAuMTA4MC8xMDM3MTY1Ni4yMDElLjEwNjA3MjA/bmVIZEFjY2Vzc210cnVlQEBAMA==>. Acesso em: 03 maio 2019.</p></div><div data-bbox=)