



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

MIDIATIZAÇÃO DO RURAL: A INTERAÇÃO DOS MORADORES DO CAMPO EM COMUNIDADES VIRTUAIS

MEDIATIZATION OF THE RURAL: THE INTERACTION OF THE COUNTRYSIDE DWELLERS IN VIRTUAL COMMUNITIES

Clarissa Schwartz¹

Eugenia Mariano da Rocha Barichello²

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo discutir aspectos do fenômeno da mediatização no ambiente rural. Inicialmente buscamos pontuar perspectivas distintas e/ou complementares acerca do processo de mediatização. Num segundo momento apresentamos uma análise empírica de dois vídeos produzidos e postados por moradores do campo em mídias sociais digitais tomados como exemplos do processo de mediatização do rural. Entendemos que a participação crescente dos moradores do campo em comunidades virtuais pode representar mudanças no imaginário coletivo sobre o rural brasileiro, possibilitando a interação entre atores rurais e urbanos e a criação e o fortalecimento de vínculos entre espaços que até hoje permanecem muitas vezes representados como ambientes dicotômicos.

Palavras-chave: Mediatização. Rural. Comunidades Virtuais.

Abstract: The present work aims to discuss aspects of the phenomenon of mediatization in the rural environment. Initially we seek to score different and / or complementary perspectives on the process of mediatization. In a second moment we present an empirical analysis of two videos produced and posted by rural dwellers on

¹ Jornalista, mestre e doutora em Extensão Rural pela UFSM com estágio pós-doutoral em Comunicação pela mesma instituição. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Integra o GP Comunicação Organizacional e Institucional. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

² Professora titular da UFSM e docente permanente do PPGCom/UFSM. Realizou estágio pós-doutoral sênior na University College of London (UCL-UK). É bolsista em produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Pesquisa (PQ2 CNPq). E-mail: eugeniabarichello@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

digital social media taken as examples of the rural mediatization process. We understand that the increasing participation of rural dwellers in virtual communities can represent changes in the collective imagination over rural Brazil, allowing the interaction between rural and urban actors and the creation and strengthening of links between spaces that until today remain often represented as environments dichotomous

Keywords: Mediatization. Rural. Virtual Communities.

Introdução

O presente trabalho tem como objetivo discutir aspectos do fenômeno da mediatização no ambiente rural. O processo de mediatização da sociedade apresenta especificidades de acordo com cada contexto, como salienta o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2012). No meio rural, apesar do fenômeno ter uma velocidade de expansão mais lenta do que nos espaços urbanos, entendemos que as consequências podem ser muito representativas.

Percebido historicamente como um espaço de ausências, o rural passou ser reconhecido também por suas oportunidades, sendo a expansão das tecnologias de informação e comunicação um dos fatores responsáveis por atenuar as diferenças entre campo e cidade. Os jovens rurais, por exemplo, que muitas vezes comparavam a vida no interior a uma prisão – referindo-se ao isolamento dos moradores rurais - hoje têm hábitos bastante semelhantes aos jovens urbanos como a interação por redes sociais e aplicativos de celular. Agricultores, que tinham o rádio como principal meio de comunicação, atualmente não vão para a lavoura sem o telefone celular na cintura, começam a explorar as múltiplas utilidades do dispositivo e interagir em ambientes virtuais. Mulheres rurais sentem-se mais informadas pelo maior acesso às TICs e buscam superar a posição tradicional de subordinação dentro e fora das propriedades. Desse modo, as TICs podem ser entendidas como veículos que ajudam a fortalecer vínculos afetivos e produtivos e também propiciam a criação de novos vínculos para os moradores do campo (Schwartz; 2007; 2012; Silveira; Schwartz, 2017).

Salientamos que o rural é compreendido aqui como um espaço múltiplo e não apenas um ambiente onde são desenvolvidas atividades agropecuárias. Graziano da Silva et al. (2002) sustentam que são justamente as atividades não agropecuárias como



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

moradia, lazer, atividades industriais e de prestação de serviços, aliadas à agropecuária moderna e impulsionada por demandas de mercado que caracterizam o chamado “novo rural brasileiro”.

Carneiro (1998) destaca a ruralidade como um processo dinâmico que é alterado com a adoção de técnicas e hábitos inovadores. Nesse sentido, Wanderley (2000) entende o rural como uma categoria em transformação que é influenciada a partir de avanços nas mais diferentes áreas que reduzem as distâncias físicas e sociais entre campo e cidade. Desse modo, a autora argumenta que “este meio rural não é mais um espaço isolado do meio urbano; ao contrário, cada vez mais ele se insere, de modo diferenciado, sem dúvida, na sociedade moderna e incorpora suas mais profundas influências” (Wanderley, 2000, p.109).

Hjarvard (2012, p. 68) esclarece que “uma forma forte de mediatização” refere-se ao uso do meio como uma interface necessária para desempenhar uma atividade social. Nos últimos dez anos, o rural brasileiro começou a se tornar um ambiente fortemente mediatizado especialmente com a popularização dos telefones celulares. No Brasil, 84 por cento dos domicílios rurais têm telefone celular, 20 por cento têm computador e 26 por cento têm acesso à Internet, sendo os dispositivos móveis o principal ponto de acesso à rede (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016). Apesar da utilização das tecnologias de informação e comunicação, especialmente a Internet, ainda ser prejudicada no meio rural por fatores como a indisponibilidade do serviço, o custo e a própria falta de habilidade de parte dos moradores do campo em relação à tecnologia, o uso dos meios como uma interface para a comunicação - especialmente com parentes, amigos, prestadores de serviços e mercado consumidor - mais do que uma escolha, revela-se uma necessidade desse espaço que é caracterizado pelo distanciamento geográfico.

A discussão proposta neste artigo é dividida em dois momentos: inicialmente buscamos pontuar perspectivas distintas e/ou complementares acerca do processo de mediatização. O segundo momento apresenta uma análise empírica de dois vídeos produzidos e postados por moradores do campo em mídias sociais digitais tomados aqui como exemplos do processo de mediatização do rural. O critério de seleção dos vídeos



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

que compõem o objeto empírico foi a repercussão do material tanto em mídias sociais como em veículos da imprensa tradicional.

Midiatização

Braga (2006) utiliza o termo *mediatização* para descrever um processo interacional que está em implantação acelerada para se tornar o processo interacional de referência. O autor atenta para a incompletude desse movimento, referindo-se, entre outros fatores, às lacunas do processo e a um conhecimento teórico ainda insuficiente acerca do tema. Por outro lado, Couldry e Hepp (2017, p. 2) observam um tempo de “*mediatização profunda*”, constituído por desafios como a fragmentação cada vez maior da audiência e os riscos de inviabilidade econômica da mídia integrada em larga escala.

Hjarvard (2012, p. 6, grifos do autor) utiliza o conceito de *mediatização* “para caracterizar *uma determinada fase ou situação* do desenvolvimento global da sociedade e da cultura no qual os meios de comunicação exercem uma influência particularmente predominante em outras instituições sociais”. Nesse sentido, o autor rotula a condição atual como a “*mediatização da cultura e da sociedade*” (Hjarvard, 2012, p. 54). O autor enfatiza ainda que o processo de *mediatização* possibilita o aumento de oportunidades para interagir em espaços virtuais e ainda um modo de diferenciação do que é percebido como real, aproximando o que antes era considerado distante.

Fausto Neto (2008) esclarece que na sociedade da *mediatização* as mídias perdem o lugar auxiliar que tinham na sociedade dos meios e tornam-se uma referência no modo de ser da sociedade e também nos processos de interação. Nesse sentido, a autor elucida:

Não se trata mais da «era dos meios» em si, mas de uma outra estruturada pelas próprias noções de uma realidade de comunicação midiática. Nela, são organizados e dinamizados processos que reformulam as condições de enunciar a realidade, esta não mais como um fenômeno representável pela linguagem, mas que se constitui no próprio agenciamento enunciativo dos novos modelos de interação (Fausto Neto, 2008, p. 94).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Sodré (2010, p. 21) compreende a mídiatização como uma tendência de virtualizar as relações humanas que resulta em uma nova forma de presença do sujeito no mundo, e referindo-se à Aristóteles, a um *bios* específico que tem como característica a tecnointeração – “espécie de prótese tecnológica [...] denominada *medium*”. Nesse sentido, Gomes (2017, p. 125) defende que o processo de mídiatização implica em um “novo modo de ser no mundo” alterando radicalmente as formas de pensar e de agir da sociedade.

Em relação ao processo de mídiatização no contexto rural, Gonçalves (2014) analisa os usos e as apropriações de dispositivos midiáticos em comunidades da Reserva Extrativista Chico Mendes no Acre. A autora argumenta que, mesmo vivendo no interior da floresta, as pessoas estão conectadas com o mundo globalizado pelo rádio, pela televisão e pelo telefone celular.

Além disso, diferentemente do que acontece nas cidades, onde a comunicação tende a ser mais constituída por processos individualizados e que se efetivam à distância – pelo uso crescente das tecnologias digitais – nas comunidades extrativistas percebemos os processos comunicacionais vinculados exclusivamente pelo uso de mídias tradicionais e à interação presencial e fortemente marcada pela oralidade e por laços de proximidade com a família e a vizinhança [...] (Gonçalves, 2014, p. 17).

Desse modo, Gonçalves (2014) constata que, no contexto rural analisado, o processo de mídiatização tem um sentido periférico, nos termos de Steinbrenner (2011) que se traduz em um sentido mais estrito da circulação midiática. Por outro lado, ao traçar um paralelo com o meio rural do Rio Grande do Sul, a autora verifica também a oferta e o uso de mídias digitais, como os serviços de internet, mesmo com limitações tecnológicas e culturais.

As comunidades virtuais

Barichello e Carvalho (2013) destacam que a era digital é caracterizada por rupturas que tiram a centralidade da mídia de massa como polo emissor e permitem que novos atores participem do processo de produção, distribuição e compartilhamento de conteúdos sem a necessidade de uma concessão da esfera produtiva para as suas



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

manifestações. Barichello (2014) assinala especialmente que é a popularização das tecnologias de informação e comunicação de uso personalizado que propiciam os novos modos de interação.

A tecnologia digital possibilita uma maior participação dos usuários, que passam a ter a oportunidade de produzir conteúdo e ocupar espaços, que no sistema midiático massivo eram característicos do polo emissor. A emergência de novos espaços de interação, especialmente nos suportes digitais, amplia as possibilidades de resposta e a interpretação dos interagentes. Mais do que isso, as tecnologias digitais ampliam as possibilidades de proposição, pois não se trata apenas de um sujeito receptor, mas de um sujeito que possui condições de construir seus próprios espaços de atuação e, dessa forma, colocar em debate questões de seu interesse (Barichello, 2014, p. 6).

O desenvolvimento das comunidades e redes sociais on-line é considerado por Lemos e Lévy (2010, p. 101, grifo dos autores) um dos acontecimentos mais importantes dos últimos anos, constituindo-se em um novo modo de “fazer sociedade”.

Ferdinand Tönnies (1979) distingue os termos sociedade e comunidade. Enquanto o primeiro estaria ligado ao urbanismo e as relações econômicas e de poder da cidade moderna, o segundo representaria a vida tranquila do campo e as relações familiares e de proximidade.

Estendendo a noção de comunidade formulada por Tönnies para compreender os relacionamentos virtuais, podemos salientar que as comunidades virtuais também provocam o sentimento de pertencer a um objetivo comum, porém sem um território. Portanto, utilizamos aqui a denominação comunidades virtuais, entendendo que esta pode denominar os grupos de pessoas que se relacionam por meio do ciberespaço e podem desenvolver um sentimento de pertença ao tema que os une (Barichello, 2001).

As tecnologias da informação reticulares alteram o equilíbrio das relações geradoras do sentimento de pertença, ocorrendo a emergência de novas formas de sociabilidade e novas maneiras de pertencer. O conceito de comunidade pode ser utilizado como uma categoria central, um local privilegiado para entender as novas formas de sociabilidade, já que é o substrato onde ocorrem muitas das transformações (Barichello, 2006, p. 12).

Recuero (2009) atenta que estudar redes sociais na Internet é também estudar possíveis redes sociais concretas nas vidas dos indivíduos que se utilizam da Internet



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

apenas para estabelecer ou manter vínculos. A autora compreende que as comunidades virtuais diferem-se do restante das estruturas da rede social especialmente pelos elementos que conectam os indivíduos.

Recuero (2009) ainda observa que as comunidades são estruturas dinâmicas com atores sociais entrando e saindo no grupo. A autora propõe três tipos de comunidades virtuais na Internet: as comunidades emergentes, as comunidades de associação e as comunidades híbridas.

As comunidades emergentes teriam como característica a interação social mútua com laços fortes no centro e fracos na periferia. Para Recuero (2009), as comunidades emergentes parecem fruto de redes menores em que os indivíduos possuem um contato mais pessoal e estão vinculadas a um território comum. Já as comunidades de associação ou filiação teriam interação especialmente reativa e menos concentrada, ou seja, o vínculo de pertencimento, de identificação com um elemento, seria mais forte do que o vínculo de interação entre os indivíduos que também não teriam vínculo territorial. Já as comunidades híbridas seriam aquelas que reúnem características dos dois tipos anteriores citados.

Entre o pertencimento e a distinção

O primeiro exemplo selecionado para este artigo é um vídeo produzido por um agricultor do município gaúcho de Santa Cruz do Sul e postado na página Fumicultores do Brasil na rede social Facebook (Figura 1) em 5 de outubro de 2017. O vídeo com 3 minutos e 51 segundos de duração - sem cortes de áudio e vídeo - é um desabafo sobre o alto valor do óleo diesel. O sentimento de pertencimento com a comunidade de agricultores familiares pode ser verificado no uso do chapéu de palha, na escolha do cenário para a produção do vídeo (a própria propriedade rural) e também na frase de abertura: “E aí colonada? Tô fazendo um vídeo pra mostrar uma realidade que a gente passa aqui no interior”. Logo em seguida, ele se dirige ao público urbano, indicando que o destinatário específico da mensagem é distinto da comunidade em que ele está inserido: “Alguns vão dizer que ele tá reclamando [...], mas agradeçam que o colono ainda reclama, porque o dia que ele parar de trabalhar de vez e cruzar os braços o pessoal da cidade ia perceber o que é”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Para demonstrar o custo de 57 litros do combustível, necessários para abastecer o trator da propriedade, o agricultor - que desempenha uma atividade historicamente percebida como receptor passivo de mensagens - assume o papel de um enunciador pedagógico, mostrando “de um jeito simples” a “realidade do nosso país” e destacando suas diferenças em relação ao destinatário da mensagem (VERÓN, 2004). O agricultor utiliza-se de comparações com produtos produzidos na propriedade, todos dispostos no reboque do trator: “tenho que vender 181 litros de leite”, “41 dúzias de ovos”, “sete sacas de milho” e salienta que a produção agrícola é lenta e onerosa. “Tenho que primeiro comprar um saquinho de milho que no comércio custa [...] até 900 reais um saquinho de milho pra depois plantar, deixar 120 dias na lavoura, meter dinheiro, colher e vender”.

O vídeo - que também traz críticas reiteradas aos governantes - teve três milhões e 800 mil visualizações até dezembro de 2017 e foi tema de reportagens em veículos de mídia regionais, estaduais e nacionais³.

Figura 1- Agricultor reclama do preço do óleo diesel na rede social Facebook

Figure 1- Farmer complains about the price of diesel oil on the social network Facebook

³ Como exemplo, citamos reportagens veiculadas no telejornal gaúcho RBS Notícias (RBS Notícias, 2017) e também no programa Mercado e Cia do Canal Rural (Mercado e Cia, 2017).



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais



Fonte: Reprodução Fumicultores do Brasil/Facebook
Source: Reproduction Fumicultores do Brasil / Facebook

O segundo exemplo escolhido para este artigo é o vídeo “Tá muito frio aqui na região onde eu moro” com 53 segundos de duração postado no canal de compartilhamento de vídeos YouTube em 18 de julho de 2017 pelo estudante Andrei Weber, de 12 anos. Andrei é filho de agricultores e morador do interior do município de Planalto, no sudoeste do Paraná. Ele criou o canal em fevereiro do ano passado para apresentar “as culturas do campo”. Em dez meses, os vídeos postados pelo estudante alcançaram mais de 600 mil visualizações no YouTube e 28 mil inscritos. (Weber, 2017a). Andrei também mantém uma página na rede social Facebook sendo que um dos primeiros vídeos postados teve um milhão e 900 mil visualizações na rede social. No vídeo, gravado em uma plantação de soja, o estudante envia um beijo a uma menina e fala sobre o primeiro amor (Weber, 2017b). Sucesso que também repercutiu em veículos de imprensa locais e nacionais⁴.

O vídeo selecionado para a presente análise é o que alcançou o maior número de visualizações até dezembro de 2017 no Youtube - 167 mil - e mostra uma situação comum no sul do Brasil nas manhãs de inverno nas propriedades rurais: a formação de placas de gelo nos bebedouros de animais. O estudante inicia o vídeo com uma

⁴ Como exemplo, citamos a entrevista feita por Fátima Bernardes no programa Encontro da Rede Globo (Globo Play, 2017).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

exclamação que marca o seu pertencimento à comunidade de adolescentes. “Fala galerinha!”. Depois, utilizando o recurso de um *insert* de vídeo, mostra as mãos do pai quebrando os pedaços de gelo. O adolescente usa moletom com capuz, roupa comum entre os adolescentes urbanos, e busca estabelecer um diálogo com o espectador adolescente – seja ele urbano ou rural. Ao mesmo tempo em que a enunciação revela o sotaque de origem alemã e reforça seu pertencimento às comunidades de pequenos agricultores descendentes de imigrantes alemães da região sul do Brasil, o enunciado mostra certo distanciamento. “Eu não boto a mão nessa água gelada aí, puro gelo”. Sobre esse aspecto, Verón (2004) esclarece que o enunciado refere-se à ordem do dito, do conteúdo e a enunciação relaciona-se aos modos de dizer.

Stern e Willis (2009) lembram que, historicamente, os adolescentes tiveram poucos espaços para expressar suas opiniões e, nesse sentido, a internet representa um ambiente singular que ainda possibilita a troca de mensagens com os visitantes dos sites, contribuindo, assim, para evitar o isolamento. No caso dos adolescentes rurais, consideramos que a Internet traz contribuições ainda mais relevantes já que a distância física – problema que muitas vezes causa rejeição à vida no campo – é minimizada pelo aumento de possibilidade de interação proporcionado pelos espaços virtuais e também pela possibilidade de aproximação do que era considerado distante, como pontua Hjarvard (2012).

Figura 2 – Menino de 12 anos mostra em rede social a rotina de viver no campo



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Figure 2 - Boy of 12 years shows in social network the routine of living in the countryside



Fonte: Reprodução Andrei Weber/YouTube

Source: Reproduction Andrei Weber / YouTube

Os dois vídeos produzidos pelo telefone celular indicam a importância do telefone móvel com acesso à Internet no incentivo de novos modelos de interação que mostram que a comunidade rural conectada pode ir muito além das porteiras das propriedades. Nesse sentido, compreendemos os sites analisados (Youtube e Facebook) enquanto “*mídias sociais digitais*” (Barichello e Carvalho, 2013, p. 240, grifo das autoras) em função da potencialidade de uso social desses sites e também da possibilidade dos atores assumirem posições mais equilibradas e dinâmicas na rede comunicativa.

Considerações Pontuais

Entendemos que os vídeos selecionados podem representar que o processo de mediatização se direciona para uma nova fase no meio rural. Apesar da realização de chamadas telefônicas ainda ser a principal atividade realizada por 94 por cento dos usuários de aparelhos celulares urbanos ou rurais (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016), a criação e postagem de imagens ou vídeos próprios em comunidades virtuais



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

começa a ser uma realidade também entre os moradores do campo – ainda que, por vezes, isso ocorra de forma despreziosa.

São especialmente novas gerações que assumem o papel de enunciadores e utilizam as tecnologias de informação e comunicação para dar visibilidade ao rural agropecuário, mostrar sua importância e os problemas enfrentados pelos moradores do campo. Mais do que isso, lançam o debate de questões que afetam toda a sociedade. Em outubro do ano passado, o agricultor de Santa Cruz do Sul usou uma comunidade virtual para protestar sobre um tema que em maio de 2018 foi uma das principais reivindicações da greve nacional dos caminhoneiros que paralisou o Brasil.

Por outro lado, as comunidades rurais também se apropriam das comunidades virtuais para mostrar cenas simples do cotidiano. O adolescente que mostra o bebedouro de animais congelado busca interação, diálogo, seja com atores rurais ou urbanos. Compreendemos que o processo de mediatização no qual ele está inserido enfraquece as tradicionais fronteiras entre campo e cidade e aumenta as possibilidades de interação dos atores rurais nos espaços virtuais.

Para além da técnica, entendemos que a participação crescente dos moradores do campo em comunidades virtuais – sejam elas emergentes, de filiação ou híbridas - pode representar mudanças no imaginário coletivo sobre o rural brasileiro especialmente ao aproximar atores urbanos e rurais, possibilitando a interação e a criação e o fortalecimento de vínculos entre esses dois espaços que até hoje permanecem muitas vezes representados como espaços dicotômicos.

Referências

BARICHELLO, E. M. R. 2001. *Comunicação e Comunidade do saber*. Santa Maria: Palotti, 2001. 196p.

_____. 2006. Mídia, territorialidades e sociabilidades. In: Encontro Anual da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XV, Bauru, 2006. *Anais...* 1-14.

_____. 2014. Mediatização e cultura nas organizações da contemporaneidade: o processo de mediatização como matriz de práticas sociais. In: M. MARCHIORI (org.).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais

Contexto Organizacional Mdiatizado. São Paulo, Rio de Janeiro, Difusão, Senac, p. 37-43.

BARICHELO, E. M. da R; CARVALHO, L. 2013. Mídias sociais digitais a partir da ideia McLuhaniana de medium-ambiência. *Matrizes*, 7(1) 235-246. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/56656/59683>> Acesso em: 20 set. 2017.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Dom_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf> Acesso em: 20 maio 2017.

COULDRY, N.; HEPP, A. 2017. The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: "Media events" and its enduring legacy. *Media Culture and Society Journal*.. 40(1) 114-117. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/83717/>> Acesso em: 20 set. 2017.

FAUSTO NETO, A. 2008. Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. *Matrizes*, (2) 89-105. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/viewFile/5236/5260>> Acesso em: 24 set. 2016. 2008

FUMICULTORES DO BRASIL. 2017. **Perfil Facebook**. Disponível em <<https://www.facebook.com/fumicultoresdobr/videos/1909645795952197>> Acesso em: 20 dez. 2017.

GLOBO PLAY. 2017. Andrei Weber faz sucesso com vídeos sobre a vida no campo. Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/6134528/>> Acesso em: 20 nov. 2017.

GOMES, P. G. 2017. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS.

GONÇALVES, D. 2014. *Mdiatização e contexto rural: análise dos usos e apropriações de dispositivos midiáticos em comunidades da Reserva Extrativista Chico Mendes, Acre*. São Leopoldo, RS. Dissertação de mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 199 p. Disponível em: <www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4491> Acesso em: 22 nov. 2017.

GRAZIANO DA SILVA, J. et al. 2002. O que há de realmente novo no rural brasileiro. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*. 19 (1) 37-67.

HJARVARD, S. 2012. Mdiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*. (2) 53-91. Disponível em:



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

< <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/viewArticle/813>>

Acesso em: 22 set. 2017.

LEMOS, A; LÉVY, P. 2010. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010. 258p.

MERCADO E CIA. 2017. Produtor desabafa: este é um país agrícola, mas ninguém respeita o agricultor. Disponível em:

< <http://www.canalrural.com.br/noticias/mercado-e-cia/produtor-desabafa-este-pais-agricola-mas-ninguem-respeita-agricultor-assista-69244>> Acesso em: 20 nov. 2017.

RBS NOTÍCIAS. 2017. Agricultor de Santa Cruz do Sul desabafa em vídeo e viraliza nas redes sociais. Disponível em: < <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/videos/t/todos-os-videos/v/agricultor-de-santa-cruz-do-sul-desabafa-em-video-e-viraliza-nas-redes-sociais/6206012/>> Acesso em: 09 out. 2017.

RECUERO, R. 2009. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191p.

SCHWARTZ, C. 2007. *A recepção das tecnologias de informação e comunicação entre os agricultores familiares de Santa Maria, Rio Grande do Sul*. Santa Maria, RS. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Santa Maria, 105p.

_____. 2012. *Relações de gênero e apropriação de tecnologias de informação e comunicação na agricultura familiar de Santa Maria –RS*. Santa Maria, RS. Tese de doutorado. Universidade Federal de Santa Maria, 279p.

SILVEIRA; A. C. M.; SCHWARTZ, C. 2017. Brasil rural como espaço de oportunidades e privações: representações de uma categoria em transformação. *Mídia e cotidiano*. 11 (2) 63-81. Disponível em:

<<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/403>>

Acesso em: 30 out. 2017.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002. 268p.

STERN, S. R.; WILLIS, T. J. 2009. O que os adolescentes estão querendo on-line? In: S. R. MAZZARELLA. (org.). *Os jovens e a mídia: 20 questões*. Porto Alegre: Artmed, p. 256-272.

TÖNNIES, F. 1979. *Comunidad y asociación*. El comunismo y el socialismo como formas de vida social. Barcelona: Península. 320p.

VERÓN, E. 2004. *Fragments de um Tecido*. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2004. 144p.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

WANDERLEY, M. N. B. 2000. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – “o rural” como espaço singular e ator coletivo. *Estudos Sociedade e Agricultura*. (15) 87-145.

WEBER, A. 2017a. Canal YouTube. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=qC3UXZwe1hw>> Acesso em: 20 nov. 2017.

_____ 2017b. Perfil Facebook. Disponível em:
<https://www.facebook.com/100008517159130/videos/vb.100008517159130/1661347820825774/?type=2&video_source=user_video_tab> Acesso em: 21 nov. 2017.