



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
REGIONAL CATALÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *Stricto Sensu* EM GEOGRAFIA**

HUGO ROBERTO DUARTE RAMOS

**URBANIDADES NO RURAL: as transformações na Comunidade
Macaúba - Catalão (GO)**

CATALÃO (GO)

2014

HUGO ROBERTO DUARTE RAMOS

**URBANIDADES NO RURAL: as transformações na Comunidade
Macaúba - Catalão (GO)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia da Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Geografia.

Área de concentração: Geografia e Ordenamento do Território

Linha de Pesquisa: Trabalho e Movimentos Sociais

Orientadora: Prof.^a Dra. Vera Lúcia Salazar Pessôa

CATALÃO (GO)

2014

Ficha catalográfica elaborada automaticamente
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob orientação do Sibi/UFG.

Duarte Ramos, Hugo Roberto
URBANIDADES NO RURAL [manuscrito] : as transformações na
Comunidade Macaúba - Catalão (GO) / Hugo Roberto Duarte Ramos.
- 2014.
cxxxvii, 137 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Vera Lúcia Salazar Pessôa.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Regional
Catalão , Programa de Pós-Graduação em Geografia, Catalão, 2014.
Bibliografia. Anexos. Apêndice.
Inclui lista de figuras, lista de tabelas.

1. Cidade-campo. 2. Urbanidades. 3. Consumo. 4. Comunidade
Macaúba - Catalão (GO). I. Salazar Pessôa, Vera Lúcia, orient. II.
Título.

HUGO ROBERTO DUARTE RAMOS

**URBANIDADES NO RURAL: as transformações na Comunidade
Macaúba - Catalão (GO)**

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª Vera Lúcia Salazar Pessôa – Orientadora (UFG / Regional Catalão)

Prof^ª. Dr^ª Estevane de Paula Pontes Mendes (UFG / Regional Catalão)

Prof^ª. Dr^ª Beatriz Ribeiro Soares (UFU)

Catalão (GO), 03 / 04 / 2014

Resultado: _____

AGRADECIMENTOS

O percurso traçado nesse período foi longo, árduo e muito desafiador. Foram vários os momentos em que pensei em desistir dessa caminhada. Mas Deus me deu força para superar todas as dificuldades e me colocou ao lado de uma pessoa muito profissional. Incentivos vindos da Prof^a Dra Vera Lúcia Salazar Pessôa, a grande responsável por minha chegada, pois se não fosse por meio de sua dedicação ao trabalho, o exemplo de mulher e amor pela profissão foram alguns adjetivos que me despertou o interesse e me inspirou para chegar aqui.

Aos meus pais Lauro e Maria pela compreensão aos momentos que não estava presente. Às minhas irmãs que nunca mediram esforços e sempre acreditaram em mim, oferecendo todas as possibilidades para que eu estudasse.

À CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão de bolsa de estudo, que possibilitou maior dedicação e tempo para a realização da minha pesquisa de Mestrado.

Aos amigos da 5ª turma (2012) de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Goiás/Campus Catalão que desde o início não mediram esforços para me ajudar, em especial aqueles mais próximos, Camilla Maria, Cristina Agla, Wesley Borges e aos demais Liliana, Dayse, Aline, Amanda, Robson, Ângelo, Iara, Ozanir, Ariane, Gisele, Juliana, Letícia, Priscila, Suélen, Valéria a minha gratidão. Aos amigos da XXI Turma de Graduação em Geografia Vanusa, Mônica, Vinícius, Sérgio Idalino, Alan, Ana Paula, Daniane, Eliane, Luanara, Sandra, Fernando, Helen, Kálita que em muitos momentos de confraternização não pude estar presente, e mesmo assim, não esqueceram de minha pessoa.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação, em especial o Prof^o Dr. Idelvone Mendes Ferreira e a secretária e amiga Priscila Querino de Lima pelos esclarecimentos nos momentos de angústia.

Aos professores Dr. André Carlos Silva, Dra. Estevane de Paula Pontes Mendes, Dra. Helena Angélica de Mesquita, Dra. Carmem Lúcia da Costa, Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça pelas disciplinas cursadas no período do Mestrado e contribuições para o desenvolvimento da pesquisa.

Ao amigo e Prof. Dr. José Vieira Neto pelo companheirismo proporcionado no estágio da disciplina Geografia e Sociedade em decorrência da bolsa de pesquisa.

À banca avaliadora do Simpósio Interno do Mestrado (SIM), Prof^a. Dra. Estevane de Paula Pontes Mendes, Prof^a. Dra. Carmem Lúcia da Costa, pelas contribuições para o resultado da pesquisa. À banca de qualificação, Prof^a. Dra. Estevane de Paula Pontes Mendes e Prof^a. Dra. Beatriz Ribeiro Soares (UFU) pelas sugestões e reflexões propostas.

Às famílias da Comunidade Macaúba pela receptividade e acolhimento em suas residências proporcionando a realização da pesquisa. Principalmente à minha eterna amiga Ana Paula, que me acompanha desde o início da graduação e que em nenhum momento se opôs a me ajudar nesses oito anos de amizade, em especial nesses últimos dois anos, só ela sabe o quanto sofri, e o quanto me ajudou em todos os momentos.

Ao amigo Paulim pelo companheirismo e amizade verdadeira nessa trajetória.

A todos agradeço enormemente...

Muito obrigado!

*“[...] nossas vidas são conduzidas pelo desejo,
e a raiz desse desejo é a “falta”.
Mas, uma vez que não sabemos qual é essa “falta”,
também não sabemos mais o que desejamos”.*

Valquíria Padilha

RESUMO

A revolução verde e a revolução tecnológica, iniciadas após a segunda Guerra Mundial, intensificaram o processo de urbanização e industrialização, oriundas do desenvolvimento capitalista e da modernização da agricultura brasileira. Essas transformações favoreceram a expulsão de camponeses de suas terras, e os direcionaram para as cidades que, desprovidas de planejamentos e falta de infraestrutura, tornaram-se um problema social (desemprego, violência e segregação espacial). A cidade, a princípio, nasce como reprodução do capital financeiro, lócus da circulação e consumo de mercadorias. E o campo, a partir do desenvolvimento capitalista, torna-se mais dependente da cidade, e intensifica sua relação com a cidade. A sociedade urbana surge dentro desse contexto como a “sociedade moderna” que subordina o camponês e o estereotipa como fraco e atrasado. E essa relação favorecida pela revolução técnico científica, mesmo que não ocorra de forma homogênea, imprime uma nova dinâmica espacial, institui uma nova interação das áreas rurais com os espaços urbanos devido ao avanço tanto dos meios de transporte como os de comunicação, construindo acessibilidade entre os dois territórios. Acessibilidade que falicitava com que o camponês tenha um papel fundamental para a população de consumo que, além de produzir boa parte dos alimentos a serem consumidos, consome os tais produtos da modernidade que, aliada ao poder da mídia, intensifica o poder de compra e de consumo. Dentro desse contexto em compreender a relação campo-cidade, delimitar diferença entre cidade e campo, entre vida urbana e vida rural, e da submissão do campo à cidade em inúmeras formas, faz com que o campo dependa cada vez mais da cidade, explícitos a empréstimos e financiamentos destinados à agricultura, o que torna uma relação de dependência entre os dois espaços. Esse entendimento ocorre na Comunidade Macaúba no município de Catalão, Estado de Goiás. Diante das transformações capitalistas, incentivo ao consumo, organização social, valorização da cidade e da cultura urbana, dentro do contexto da urbanidade no rural. Entende-se que o rural é um espaço que influencia e é influenciado pelo urbano, que incorpora seus valores urbanos, mas também mantém seus valores rurais, como a cultura de massa capitalista, insere no campo, e como a cultura urbana influenciada pela mídia interfere na vida da comunidade.

Palavras-chave: Cidade-campo. Urbanidades. Consumo. Comunidade Macaúba - Catalão (GO).

ABSTRACT

The green revolution and the technological revolution that began after the Second World War intensified the urbanization and industrialization process that began with capitalist development and Brazilian agriculture modernization. These changes helped the expulsion of peasants from their lands, leading them to the cities. The cities had no planning or infrastructure for this, so they have become a major social problem (unemployment, violence and spatial segregation). The town, at first, is born as financial capital reproduction; as the locus of products circulation and consumption. And the field becomes more dependent on the city and intensifies its relationship with the city from the capitalist development. The urban society emerges in this context as "modern society" subordinating the peasant and stereotyping them as weak and delayed. And this favored by the scientific technical revolution relationship does not occur homogeneously, but prints a new spatial dynamics, introducing a new iteration of rural areas with urban spaces because of the transportation and communication means, building accessibility between the two territories. The accessibility that makes it easy for the farmer has a key role for the consumer population that, besides producing much of the food being consumed, consumes the products of modernity, the media enhances the purchasing power and consumption of these products. Within this context to understand the urban-rural relationship and define the differences between urban life and rural life, and observe the submission countryside to the city in many ways, we see that the field is increasingly dependent on the city, as explicit in loans and financing for agriculture, which makes a relationship of dependency between the two spaces. This understanding of the locus of research that will be Macaúba - Catalan (GO) and capitalist transformations that leave the boost consumption, social organization, and city appreciation and urban culture community, within the "urbanity" context in rural. It is understood that the rural is a space that influences and is influenced by urban, rural incorporates the urban values, but still retain their rural values, in any case, the capitalist mass culture falls within the field as well as the urban culture influenced by the media interfere in community life.

Keywords: City - field. "Urbanities". Consumption. Community Macaúba - Catalão (GO).

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Mapa 1	Localização geográfica do município de Catalão (GO).....	25
Quadro 1	Cursos de graduação e pós-graduação do município de Catalão (GO) – 2013.....	27
Quadro 2	Principais instituições e cursos profissionalizantes do município de Catalão (GO) -2013.....	28
Mapa 2	Localização da Comunidade Macaúba, das empresas mineradoras e dos domos – município de Catalão (GO).....	29
Esquema 1	Residentes na Comunidade Macaúba /Catalão (GO) -2013..	31
Gráfico 1	Comunidade Macaúba: percentagem dos membros que participam das feiras.....	31
Foto 1	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): encenação do ritual lava pés.....	38
Gráfico 2	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): gênero dos entrevistados.....	39
Gráfico 3	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): tempo de residência dos moradores que vivem na Comunidade.....	86
Foto 2	Comunidade Macaúba /Catalão (GO): lama proveniente da lavagem da lavra na extração de fosfato.....	87
Gráfico 4	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): criação de animais.....	90
Gráfico 5	Comunidade Macaúba – Catalão (GO): renda familiar mensal.....	94
Gráfico 6	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): origem da renda familiar.....	95
Gráfico 7	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): lojas mais frequentadas para compras pelos moradores.....	96
Foto 3	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): urbanidades presentes nas arquiteturas das residências.....	97
Gráfico 8	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): eletrodomésticos mais importantes.....	98
Gráfico 9	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): últimos eletrodomésticos comprados.....	99

Gráfico 10	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): próximos eletrodomésticos para comprar.....	100
Gráfico 11	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): eletrodomésticos mais utilizados.....	100
Gráfico 12	Comunidade Macaúba, Catalão (GO): portáteis e eletrônicos mais utilizados.....	101
Foto 4	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): diversificação das urbanidades: computadores, notebooks, geladeira, freezer, TV, Som, antena Sky, tanquinho, máquina de lavar.....	102
Foto 5	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): Procissão Via Sacra....	107
Foto 6	Comunidade Macaúba/Catalão(GO):altar com as bandeiras de São João Batista e São Pedro.....	108
Foto 7	Comunidade Macaúba /Catalão (GO): festa em homenagem a São João Batista.....	109
Foto 8	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): urbanidades no rural, festa em homenagem a São Pedro.....	111
Foto 9	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): casarão pertencente a Henry Oedenkoven (antes (A)/hoje (B)).....	113
Foto 10	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): interior do casarão, abandono e desprezo.....	114
Foto 11	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): ponte do Verrus.....	116
Quadro 3	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): times de futebol – décadas 1970/1980/1990.....	118
Foto 12	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): diversidade dos meios de transporte usados para deslocamento até o campo de futebol.....	119
Foto 13	Comunidade Macaúba/Catalão (GO): futebol, churrasco, comercialização e diversão.....	120

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	ENCONTRO E DESENCONTRO DAS INFORMAÇÕES: o caminho metodológico da pesquisa	18
2.1	O difícil ato de escolha: o tema e a problematização	18
2.2	O início da pesquisa: as indagações emergentes	21
2.3	A Comunidade Macaúba no contexto do município de Catalão: um olhar externo em sua caracterização	24
2.4	O contato com a realidade pesquisada: as descobertas traçadas na Comunidade Macaúba	32
2.4.1	<i>Pesquisa teórica</i>	34
2.4.2	<i>Pesquisa documental</i>	35
2.4.3	<i>Pesquisa de campo</i>	36
3	O RURAL E O URBANO, O CAMPO E A CIDADE NA COMUNIDADE MACAÚBA: reflexões sobre as transformações	43
3.1	Do campo à cidade: o trilhar das aspirações	43
3.2	O “novo rural” brasileiro: as transformações impostas pela revolução tecnológica	51
3.3	As urbanidades no rural: inserção ou imposição?	56
4	A SOCIEDADE DE CONSUMO: notas musicais que regem a vida humana	65
4.1	Sociedade do consumo: necessidades e desejos	65
4.2	O poder midiático: inserção e imposições do consumo	78
5	A SOCIEDADE DE CONSUMO NA COMUNIDADE MACAÚBA: as transformações socioespaciais, econômicas e culturais	85
5.1	As transformações socioespaciais e econômicas na Comunidade	85
5.2	As urbanidades na Comunidade: objetos duráveis e não duráveis	92
5.3	Os reflexos da sociedade de consumo na questão cultural da Comunidade	

	Macaúba	104
5.3.1	<i>Família Oedenkoven: histórias a se perder no tempo</i>	111
5.3.2	<i>Cabelo Loiro: lenda fantasmagórica</i>	115
5.3.3	<i>Televisão, futebol e cavalgada: momentos de lazer e interações em metamorfose</i>	116
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
	REFERÊNCIAS	125
	APÊNDICE	132
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com os moradores residentes na Comunidade.....	133
	ANEXO	135
	ANEXO A – Termo de ciência e de autorização para disponibilizar as teses e dissertações eletrônicas (TEDE) na biblioteca Digital da UFG.....	136

1 INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas no campo brasileiro, a partir da segunda metade do século XX, intensificam e reorganizam a relação cidade-campo através do mundo globalizado. O país e o mundo entram em um período ainda não vivido na história da humanidade, o campo e a cidade reconfiguram-se. O desenvolvimento industrial e o Modo de Produção Capitalista (MPC) impõem uma nova forma de vida, e a relação homem – natureza passa por transformações significativas. O homem se diversifica e eclode o índice da população mundial, seja pelo processo de migração e emigração favorecido pelos avanços do transporte, desenvolvimento de infraestrutura, mas o essencial ao movimento migratório é de origem campo-cidade eclodindo à urbanização.

A modernização/industrialização do campo proporciona maior produtividade em áreas menores. Conforme ressalta Santos (1988), a agricultura passa, então, a se beneficiar dos progressos científicos e tecnológicos da expansão oriunda das políticas públicas. A modernização da agricultura assegura uma produção maior sobre porções de terra menores, os progressos da química e da genética, juntamente com as novas possibilidades criadas pela mecanização, multiplicam a produtividade agrícola, e reduzem a necessidade de mão-de-obra no campo. A urbanização ganha, assim, novo impulso e o espaço do homem, tanto nas cidades como no campo, vai tornando-se um espaço cada vez mais instrumentalizado, *culturizado*, tecnificado e cada vez mais trabalhado segundo os ditames da ciência (grifo nosso).

A instrumentalização no campo reduz a oferta de mão-de-obra no campo e propicia o êxodo rural. Para Leitão (2007), o êxodo rural inevitável dos lavradores rumo às cidades, expulsos de suas terras por falta de recursos ou pelo ritmo avassalador de expansão do latifúndio, provocou sobre a humanidade uma colossal transformação.

A modernização do campo brasileiro desapropriou pessoas, que buscavam nas cidades o que lhe foi tirado no campo. A cidade ressurgiu no momento em que a lógica do capital expandiu em desenvolvimento, surgindo então cidades despreparadas para receber esse contingente populacional. Essas tiveram um crescimento acelerado e desorganizado, contribuindo para gerar problemas urbanos e rurais como violência, desemprego e a segregação espacial.

Diante desse colossal enfrentado pelas cidades brasileiras, Santos (1988) relata que a ascendência pela cidade, ressurgiu no movimento intenso de trocas e na transição do

feudalismo para o capitalismo. De um lado as terras pertencentes aos senhores feudais como propriedade privada e a cidade como lugar de trabalho livre, como semente da liberdade, representando a possibilidade do homem livre e liberdade de escolha. As cidades se formaram graças a determinado avanço das técnicas de produção, proporcionando a formação dos excedentes alimentares. A existência desse excedente propiciou as pessoas a se dedicarem ao trabalho distinto das atividades agrícolas, e a cidade era lócus para a realização dessa nova demanda de produção.

A cidade surge como reprodução do capital financeiro e na transformação do espaço, momento que a lógica industrial capitalista se desenvolvia. O surgimento da cidade é proporcional à urbanização. Esta se realiza em função da reprodução econômica que revela o espaço como local da reprodução social, e a cidade facilita o processo de comercialização, pois detentora do modo de produção, circulação e distribuição de mercadoria se interliga através das redes, possibilitando o consumo das mercadorias.

Para Santos (1988), o capital fixo ou localizado chega, em toda parte apoiado pela expansão da rede de estradas de ferro e de rodagem que asseguram uma circulação mais rápida e relativamente mais barata, os transportes se modernizam encurtando as distâncias entre as cidades e dentro delas. A proximidade favorecida pelas interligações das redes, o contato do ir e do vir, aliada aos meios de comunicações, fazem com que a cultura de massa incorpore valores culturais, morais na população que resiste a expropriação e a migração cidade-campo, incentivando o valor de uso, troca, e adota o consumo como meio satisfatório, no mesmo ritmo característico do modo de vida urbano.

A parcela que resiste no campo tem no seu dia-a-dia a relação homem - natureza mais próxima. Essa relação torna-se característica importante no seu modo de vida, no modo de produção e ocupação do espaço. Devido a esses fatores são denominados de agricultores camponeses. Embora estejam integrados aos mercados capitalistas têm como fundamentação o trabalho familiar, não sendo o trabalho assalariado a base de sua organização social. Suas relações se concretizam mediante uma tríade: propriedade, trabalho e família. Esses camponeses são de grande destaque por serem responsáveis pela produção de alimentos para a cesta básica brasileira, os alimentos são produzidos em pequena escala e, em grande maioria, livre de agrotóxicos. Lutam, persistem e resistem para permanecer na terra, para preservar sua cultura, sua identidade e ao direito a vida e ao trabalho de acordo com suas raízes locais.

A sociedade contemporânea¹ subordinou e ainda subordina o campo e os

¹ Da época atual (presente), do tempo em que se fala.

agricultores camponeses estereotipados como fracos e atrasados são exemplificados no personagem de Monteiro Lobato². Andrade (2004) expõe alguns pensamentos estereotipados aos agricultores camponeses

[...] de que o homem do campo era grosseiro, sujo, mal-educado, ingênuo, e usar para com eles certos termos, de forma pejorativa, como o de *matuto* no Nordeste ou de *caipira* em São Paulo. Também quando o camponês, nos estados do Sul do Brasil, era de origem luso-brasileira, chamavam-no de *pêlo duro*. O *pêlo duro* se contrapunha ao alemão, ao italiano, ao polaco etc. (ANDRADE, 2004, p. 73, grifos do autor).

Porém, os agricultores camponeses estereotipados pelos agentes da cidade exercem papel fundamental para o MPC, o agronegócio necessita do agricultor camponês para produzir alimentos básicos para a comercialização local, e além de produzir parte dos alimentos consumidos pela população urbana, consomem produtos que por eles não são produzidos seja eles os industrializados, necessidades básicas e os que lhes proporcione conforto. Além desta, deixa-os livre para a produção voltada ao mercado externo principalmente as monoculturas. Origina-se assim o grande debate que aqui é estabelecido, urbanidades no rural, que nessa proposição corresponderiam a objetos e práticas de caráter urbano que permeiam o modo de vida da população rural, mas que estão, na maioria das vezes presentes em indivíduos residentes nas cidades (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008).

O rural se transforma, torna-se moderno com a inserção dos novos produtos que o mercado oferece, porém ainda permanece com alguns elementos característicos básicos de seu modo de vida. Esta nova incorporação de elementos urbanos no rural é denominada, por Endlich (2010), Graziano da Silva e Del Grossi [199-] e Rua (2005; 2006) como novo rural. Esse novo rural é característico da globalização, pois é um fator preponderante na articulação entre cidade e campo, facilitado pela expansão da malha rodoviária, o acesso aos meios de comunicação, tais como a TV, a internet e o telefone celular que trouxeram a possibilidade de estar onde não se pode ir, e ao mesmo tempo estar em vários lugares ao mesmo momento.

Nesse embate, são transmitidos modelos de comportamentos que nos induzem ao consumo, subordina e transforma a cultura, interfere a vida cotidiana transformando todas as relações culturais estabelecidas ao longo da construção histórica, impondo uma cultura

² Jeca Tatu é um personagem criado por Monteiro Lobato em sua obra *Urupês*, que contém 14 histórias infantis baseadas no trabalhador rural paulista, onde retira todo o romantismo do caboclo, idealizado por consagrados escritores, através de duras críticas ao abandono e miséria a que eram submetidos o homem do campo as políticas públicas. O personagem tem como características marcantes doenças ligadas à saneamento básico e de hábitos saudáveis de higiene, ao atraso e à indigência (SILVA, 2007).

individualista e compulsiva. O campo adere hábitos da cidade e do modo de vida urbano, ou seja, a vida rural levará a marca do urbano, à medida que sofre influência das cidades através do contato, comunicação e pelos investimentos efetuados por agentes urbanos no campo.

Dessa forma, o objetivo é compreender as transformações após a década de 1970 e entender como a cultura de massa impõe a necessidade do consumo, discutir a interferência dos produtos do mundo moderno no cotidiano camponês após a modernização agrícola, suas mudanças desde a organização social, cultural e valorização do modo de vida urbano.

O dialogo à proposta foi realizada no município de Catalão(GO) e na Comunidade Macaúba, que pertence ao município e prevalece a agricultura camponesa. Essa Comunidade está situada a 12km da cidade de Catalão no sudeste de Goiás. A importância do estudo para a ciência geográfica é mostrar a participação do camponês/consumidor para a economia da cidade, contribuindo para a relação cidade-campo e assenta-se no registro das particularidades culturais de comunidades rurais camponesas como a Comunidade Macaúba, presentes nas formas como seus moradores agem, produzem, consomem, enfim, em suas práticas diárias incentivadas pela cultura de massa e incorporação da cultura urbana.

A dissertação está estruturada em quatro seções além da Introdução e Considerações Finais. Na segunda seção, denominada “ENCONTRO E DESENCONTRO DAS INFORMAÇÕES: o caminho metodológico da pesquisa”, apresentaremos a área pesquisada, tanto o município de Catalão como a Comunidade Macaúba. Explicitamos os caminhos percorridos do pesquisador em um contexto pessoal e subjetivo, que delineou o desenvolvimento da pesquisa, como as indagações para a construção do problema, como chegamos aos objetivos, às fontes usadas e quais técnicas utilizadas, com o intuito de mostrar os caminhos seguidos para a conclusão da pesquisa.

Na terceira seção, “O RURAL E O URBANO, O CAMPO E A CIDADE NA COMUNIDADE MACAÚBA: reflexões sobre as transformações”, discutiremos as mudanças impostas a partir da “industrialização do campo”, tal como a proletarização dos camponeses e a expulsão do campo. Transcorrer a expulsão do campo e a adaptação do espaço rural com a modernização agrícola, incentivada pelas políticas públicas, fazendo pensar em um novo rural. Discutiremos a ideia de o campo ser o *continuum* das cidades no processo agroindustrial, postas pelo modo de produção capitalista, no aderir das novas urbanidades. A inserção dos valores urbanos impostos do *continuum* da cidade ao campo despeja valores urbanos sobre o campo, penetra e desapropria valores culturais tradicionais. Essas alterações imposta na aquisição de símbolos, códigos e signos são territorializados no campo, denominados de urbanidades no rural.

A quarta seção intitulada “A SOCIEDADE DE CONSUMO: notas musicais que rege a vida humana” discutimos os conceitos da sociedade do consumo, os meios difusores universais para sua inserção a esta sociedade tais como a publicidade se apropriam dos meios de comunicação para difusão de tais ideologia.

Na quinta e última seção denominada “A SOCIEDADE DE CONSUMO NA COMUNIDADE MACAÚBA: as transformações socioespaciais, econômicas e culturais” apontamos as urbanidades encontradas na Comunidade Macaúba, bem como as modificações oriundas desde a territorialização das mineradoras em suas adjacências, as alterações culturais, costumes, tradições dos camponeses.

2 ENCONTRO E DESENCONTRO DAS INFORMAÇÕES: o caminho metodológico da pesquisa

2.1 O difícil ato de escolha: o tema e o problema

O início de uma pesquisa científica é marcado pelo desconforto e medo do desconhecido, é o fascínio e a esperança de um novo caminho a trilhar. É o início ao incentivo a jovens pesquisadores a produzirem conhecimentos verdadeiramente científicos, ou seja próximo a realidade. E em meio a essa caminhada científica a delimitação do tema e o problema estão inseridos em um campo amplo, convergente e divergente de possibilidades. Para Silveira e Córdova (2009) a pesquisa

[...] possibilita uma aproximação e um entendimento da realidade a investigar. A pesquisa é um processo permanentemente inacabado. Processa-se por meio de aproximação sucessivas da realidade, fornecendo-nos subsídios para uma intervenção no real. A pesquisa científica é o resultado de um inquérito ou exame minucioso, realizado com o objetivo de resolver um problema, recorrendo a procedimentos científicos. (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 31).

Assim, para seguir esse caminho com rigor científico o primeiro passo a ser adotado ao desenvolvermos a pesquisa é propor um tema, é delimitar uma temática no qual se queira debruçar, é um conjunto de indagações e de lacunas a serem preenchidas, é meramente a vontade e o desejo de descobrir o novo.

Partindo do pressuposto de que pesquisa é, em síntese, uma resposta que, essencialmente, sempre começa com uma pergunta, se você tem um pergunta e sabe de uma resposta, não há a necessidade de a pesquisa ser feita (ANTUNES, 1996). Portanto, para iniciar uma pesquisa é necessário que se tenha um problema e lacunas, que serão transformadas em perguntas que nortearão a construção dos objetivos da pesquisa. Agora, toda pergunta feita sem resposta, ou com respostas insuficientes, são pontos cruciais para o desenvolvimento de uma pesquisa.

De acordo com Ferreira (2012), devemos determinar um assunto para o desenvolvimento de uma pesquisa. Assim, faz se necessário sair à procura de algo que lhe desperte interesse, motivação. Devemos pesquisar um tema que nos proporcione gosto, satisfação e admiração, favorecendo uma maior dedicação a pesquisa. Para se chegar a um objeto de pesquisa é necessário percorrer um caminho árduo e criterioso, até a conclusão final

a ser pesquisado. É necessário uma familiarização para que possa propor questões significativas e que investigações não tenham sido desenvolvidas sobre os fatos. Assim sendo, Bianchi (2003) nos propõe a seguinte ideia:

[...] muito embora o ponto de partida da pesquisa científica seja a formulação de um problema de investigação, não é nele que tem início a reflexão do cientista social. Seguindo a tradição classista, podemos afirmar que o princípio (a *arkhé*, dos gregos) que inauguram a reflexão científica é a admiração, o espanto (*thaumázein*) provocado pelo desconhecido/incompreendido. Ao contrário do senso comum, que recua frente aquilo que não conhece, o cientista avança em sua direção atraído, justamente, pelo que os não-cientistas recuarem. (BIANCHI, 2003, p. 76 grifos do autor).

Portanto, a admiração e o espanto que levam o pesquisador a se justificar para desenvolver a pesquisa é o motivo pelo qual se interessa por um determinado tema e uma área de pesquisa. Uma vez escolhido, é chegada a hora de delimitar o problema da pesquisa, porém acrescenta-se mais um ponto fundamental no caminho a percorrer. Para Alves-Mazzotti; Gewandsznajder (2002, p. 149, grifo dos autores) “[...] no seu sentido mais estrito, ‘problema de pesquisa’ é definido como uma indagação referente à relação entre duas ou mais variáveis.”

Antes de definir um problema de pesquisa é preciso ter acesso aos dados previamente recolhidos necessários para tal, bem como conhecimento sobre os trabalhos de pesquisa sobre o mesmo tópico que nos antecederam. Seja para evitar a duplicação de esforços, seja para formular problemas realmente relevantes são necessários tanto uma revisão bibliográfica prévia como um levantamento provisório de dados e fonte de pesquisa. (BIANCHI, 2003, p. 83-84).

Torna-se necessário uma leitura mínima sobre o tema, realizar o levantamento do referencial bibliográfico e aprofundar o conhecimento sobre tópicos que antecederam a pesquisa, evitando trabalhos repetitivos e para formular problemas de relevância. A busca na literatura sobre o tema abordado abre discussões com outros pesquisadores da área que tenham experiência, e que contribuam na delimitação do problema.

O conhecimento da literatura pertinente ao problema que nos interessa (relatos de pesquisa, teorias utilizadas para explicá-lo) é indispensável para identificar ou definir com mais precisão os problemas que precisam ser investigados em uma dada área. Três situações encontradas na literatura podem dar origem a um problema de pesquisa: (a) lacunas no conhecimento existente; (b) inconsistência entre o que uma teoria prevê que aconteça e

resultados de pesquisas ou observações de práticas cotidianas; e (c) inconsistências entre resultado de diferentes pesquisas ou entre estes e o que se observou na prática. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 150-151).

No contínuo do diálogo sobre o problema, Luna (2000) reforça a ideia da formulação ao problema, pautada na forma de perguntas ou indagações para o bom desenvolvimento da pesquisa, desde que estas possibilitem a geração de informações, através de perguntas específicas e claras. Completando o raciocínio de pensamento, Bianchi (2003) expõe:

[...] para tanto precisamos delimitar, formando-a em um tópico, ou tema de pesquisa, ou seja, em um interesse que seja o suficiente específico a ponto de servir de base para uma pesquisa e que, ao mesmo tempo, ajude a maneira de outros pensarem e compreenderem determinadas realidades. (BIANCHI, 2003, p. 77).

Todavia Bianchi (2003) esclarece que a construção de problemas nasce diretamente do tópico de pesquisa, e que bastaria chegar a um tema e anexar pergunta padrão, na qual, as Ciências Sociais e acrescentamos as Ciências Humanas, estariam perdendo o rigor científico e se aproximando do senso comum, que de frente ao desconhecido simplesmente interroga-se Por quê? E que na ciência existem rigores maiores de perguntar não utilizando apenas o Por quê? Abriria caminhos a outras formas de se perguntar, tais, Como? Onde? Quando? O quê? Seriam algumas perguntas cabíveis na formulação da problematização.

Diante do exposto algumas perguntas foram feitas para concretizarmos nossa problematização: a) como a cultura de massa do mundo capitalista se insere no campo? E como a cultura urbana influenciada pela mídia interfere na vida da Comunidade?, b) Como estão inseridos na sociedade capitalista?, c) Quais os comportamentos que induzem ao consumo?, c) Como as necessidades produzidas pelo modo de vida urbano interferem na Comunidade Macaúba?

O pesquisador, ao escolher o tema a ser analisado, se pauta no seu cotidiano, este surge, espontaneamente, em decorrência de sua vivência enquanto membro da sociedade. Para Gil (2008), ao escolher o problema a ser estudado, o sujeito recebe influência de seu meio cultural, social e econômico. Assim, o meio em que vive, interfere na seleção do objeto de pesquisa. O mundo vivido, percebido e concebido, termos utilizados por Lefebvre (2001), possibilita dados cabíveis para a formulação de um tema e se pautar nas problematizações.

Nas proposições teóricas e conceituais sobre o tema e o problema para o desenvolvimento da pesquisa, no transcorrer da construção do pensamento expomos os caminhos seguidos e adotados, para a escolha do tema e o problema de nossa pesquisa.

2.2 O início da pesquisa: as indagações emergentes

No final da graduação, ocorreu o meu ingresso no mercado de trabalho. Entrei no comércio varejista de eletrodomésticos. Trabalhei nas empresas Ricardo Eletro, Magazine Luiza e Casas Bahia, onde atuei como vendedor e analista de crédito (empréstimo pessoal/consignado/cartão de crédito). A experiência profissional nessas três empresas me possibilitou o conhecimento da venda de papel como elemento integrante a um produto.

Ao participar do processo seletivo do mestrado no final de 2011, tinha pretensão de continuar a pesquisa com o tema que havia trabalhado na graduação. Porém, ao ingressar no programa e em diálogos com as primeiras orientações decidi trocar o tema a ser pesquisado. Meses e meses se passaram, a correria do trabalho, disciplina, leituras, vida cotidiana e artigos para desenvolver em cumprimento aos créditos nas disciplinas, não me proporcionaram momentos de reflexão na busca do tema.

O tema surgiu durante diálogos na disciplina Produção e (re)produção do urbano, disciplina oferta do curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia da Universidade Federal de Goiás - Regional Catalão no primeiro semestre de 2012, com a professora Carmem Lúcia Costa. Quando discutimos o processo de financeirização e as exacerbadas taxas de juros que consumidores pagam nas aquisições de bens de consumo para o seu uso próprio, comentei que minutos antes daquela aula, havia negociado três bicicletas com um senhor de aparência simples (que tem ou aparenta humildade) com vestimentas simples, características de trabalhador rural, muito presenciado na cidade, adquirindo esses objetos para presentear suas proles.

A forma de pagamento solicitada pelo cliente foi o carnê. Essa forma de pagamento possui uma maior taxa de juro, e o vendedor utiliza essa condição para embutir os serviços adicionais (garantia estendida, seguro de vida, plano odontológico, seguros residenciais dentre outros). A venda desses serviços é exigida pela empresa e a lucratividade é superior à dos produtos. A comissão a ser faturada com a venda dos produtos varia de 1% a 2%, conforme o setor de venda. A rentabilidade dos serviços adicionais gera uma comissão de 10% para o vendedor, o que faz gerar uma margem maior de lucro.

Ao embutirmos os serviços adicionais, isto nos proporciona um desconforto e receio devido à indução ao consumo de papéis. Alguns clientes estão atentos a essas negociações e caso venham questionar sobre tais cobranças são informados que é de cunho obrigatório por serem compras realizadas no carnê. A ocultação de informações muitas vezes nos gera uma sensação de pena, em relação às condições salariais do trabalhador brasileiro, mas estamos inseridos no modo de produção onde o *“homem é lobo do homem”* como diz o filósofo Thomas Hobbes, e isso é fato que ocorre no cotidiano dos trabalhadores no comércio de eletroeletrônico.

Durante dois anos e oito meses quando fiz parte do quadro de funcionários das três maiores empresas via varejo de móveis, eletroeletrônicos e informática do Brasil, presenciei diariamente consumidores adquirindo esses papéis altamente lucrativos para as empresas. Muitos adquiriam sem ter conhecimento da compra, que possuem valores e são omitidos pelos vendedores. Outra tática utilizada pelos vendedores são argumentos de oferecer descontos no produto para inserir esses seguros. Não há um salário fixo para essa classe trabalhadora, e como meio de fazer seu salário (se baseia em comissão), tais serviços são embutidos com finalidade de aumento da rentabilidade mensal do trabalhador.

Desta forma, a proposta surgiu mediante algumas reflexões e textos que nos foram sugeridos e comecei a pensar no tema e no problema. As indagações foram direcionando a um ponto de partida e passadas ao papel em poucos dias, mediante a necessidade de entregar o projeto ao Simpósio Interno do Mestrado. Desde o princípio propus a fazer um estudo que discutisse a relação cidade-campo. Mas diante dessa proposta em estudar a relação cidade-campo, encontraria certa dificuldade na análise do espaço rural, mediante o não pertencimento e contato com moradores das Comunidades existentes no município de Catalão, conforme mostram Alves-Mazzotti; Gewandsznajder, (2002):

[...] frequentemente, pesquisadores iniciantes encontram uma certa dificuldade de obter esse acesso, sobretudo quando o estudo focaliza uma instituição (como por exemplo, uma escola, uma empresa, uma hospital, um sindicato). As instituições costumam ter procedimentos formais para conceder autorização para a entrada de um observador externo, bem como para dar acesso a determinados espaços e documentos. [...] O conhecimento da hierarquia que rege a instituição a ser pesquisada e a ajuda informal de alguém do próprio sistema são outros elementos facilitadores da entrada no campo. Nos casos em que o interesse da pesquisa se centra, não em uma instituição, mas em uma comunidade, é necessário conhecer as lideranças, pois sua ajuda é essencial para obter o acesso a demais sujeitos. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 160–161).

A escolha da Comunidade Macaúba ocorreu por relações de amizade com alguns membros que residiram e que residem na Comunidade, conhecidos que já teve ou têm familiares que moram na Macaúba, e outros que foram conhecidos ao longo da pesquisa nas participações das festividades. Outro fator foi a intensa transformação causada na Comunidade com a territorialização das mineradoras na adjacência de sua área. Estes motivos apresentados e também pela acessibilidade ao local de estudo pelas pessoas conhecidas, me possibilitaria a inserção entre os demais sujeitos para o bom desenvolvimento da pesquisa. Fato importante também observado é a proximidade ao município de Catalão. A facilidade de articulação dos moradores em ambos espaços exerceria uma maior reflexão acerca da temática pesquisada.

Diante do exposto delimitamos o tema e o problema. Nossa análise parte do pressuposto de um rural arcaico, e este estaria caminhando para se tornar um rural-natureza, símbolo da civilidade contemporânea. Espaço propulsor de lazer, aonde a valorização do verde proporciona o ócio, qualidade de vida e bem estar aos que procuram o descanso, tranquilidade e maior contato com a natureza aos que ali se instalam aos finais de semana, argumentos associados e valorizados às novas ruralidades. Como afirmou Baudrillard (1969),

[...] a lógica social apossa-se novamente tanto da abundancia como dos prejuízos. A influência do meio urbano e industrial faz aparecer novas raridades: o espaço e o tempo, o ar puro, a verdade, a água, o silêncio. Determinados bens, outrora gratuitos e disponíveis em profusão, tornam-se bens de luxo acessíveis apenas aos privilegiados, ao passo que os bens manufaturados ou os serviços oferecidos em massa. [...] A segregação no habitat não é nova, mas porque ligada a uma penúria sábia e a uma especulação crônica, tende a tornar-se decisiva, tanto pela segregação geográfica (centro das cidades e periferias, zonas residenciais, guetos de luxo e cidades-dormitórios, etc.) como no espaço habitável (interior e exterior do alojamento), no desdobramento em residência secundária, etc.). (BAUDRILLARD, 1969, p. 61-62).

A essas novas espacialidades criadas observamos que o rural é influenciado pela cidade e o modo de vida urbano, ou seja, a vida rural leva a marca da urbanidade, à medida que sofre influência das cidades através da sua aproximação, contato, interação, comunicação e pelos investimentos efetuados por agentes urbanos no campo.

De acordo com Biazzo (2010), as influências culturais de origem citadina, veiculadas pelos meios de comunicação desde, praticamente, nas primeiras décadas do século XX, articulam cidade à indústria e ao progresso, conseqüentemente a difusão de padrões de comportamentos provenientes da metrópole, o reforço do urbano como evoluído, moderno,

local de acesso aos produtos e serviços como maior facilidade, e, portanto, os proporciona qualidade de vida, e em contrapartida o rural é visto como um espaço rustico e atrasado.

O campo está em metamorfose, aproximando cada vez mais suas particularidades que se sobrepõem ao seu espaço cotidiano. Essas inquietações nortearam a proposta inicial do pré-projeto que foram amadurecidas até se tornar o projeto final, para a construção da dissertação. Como estamos inseridos no município de Catalão, faz se jus a escolha por este para o desenvolvimento da pesquisa. Assim Catalão representa a cidade e a Comunidade Macaúba o rural. Em síntese apresentaremos algumas características sobre os universos, dos espaços em pesquisa entendendo que estão interligados na construção de sua identidade.

2.3 A Comunidade Macaúba no contexto do município de Catalão: um olhar externo em sua caracterização

A área para o desenvolvimento da pesquisa está situada no estado de Goiás, formado por 246 municípios, e dividido em cinco Mesorregiões administrativas, subdivididas em 18 microrregiões. O município de Catalão pertence à Microrregião de Catalão, situado no sudeste de Goiás (Mapa 1).

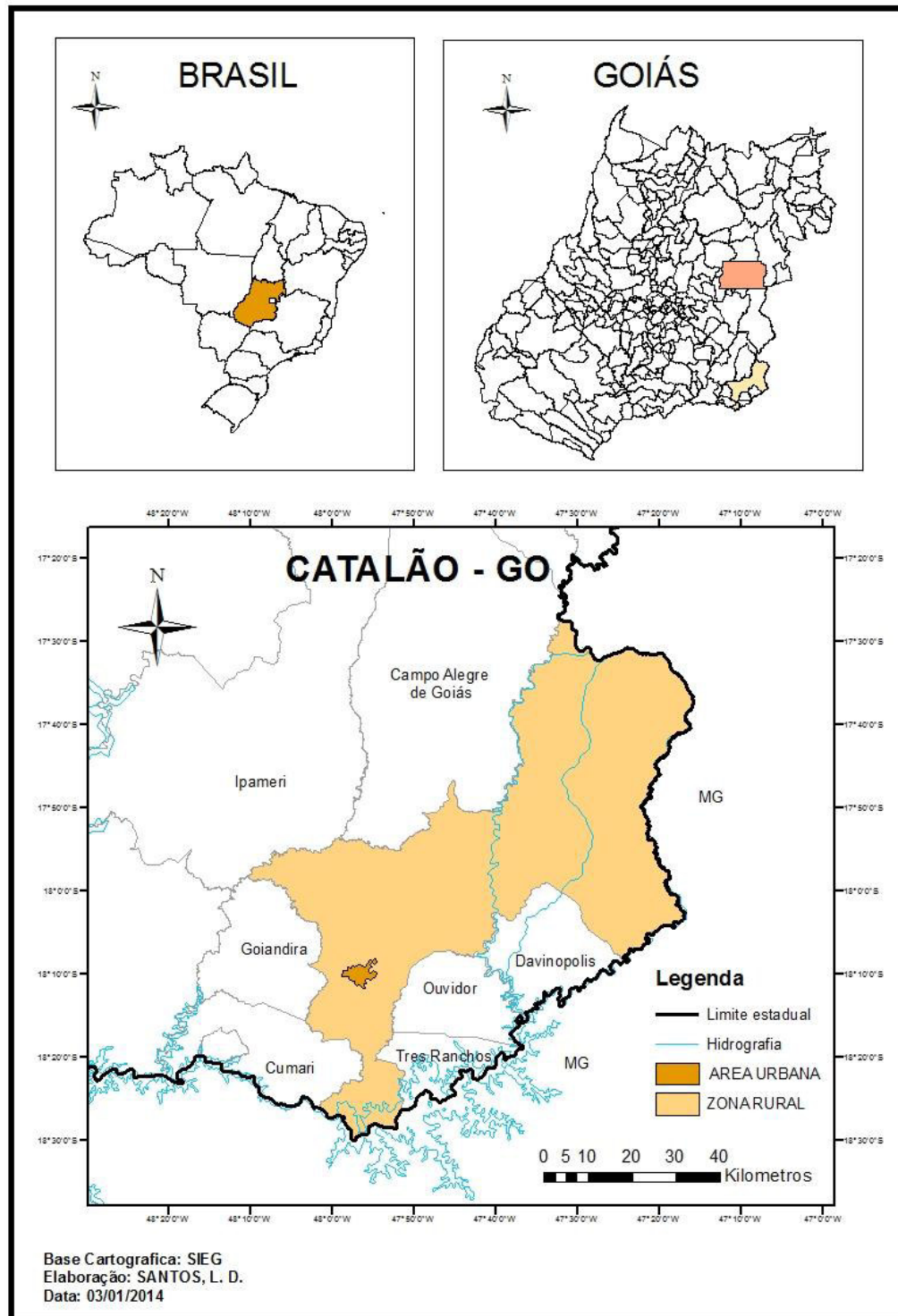
O município denomina o nome da Microrregião e abrange uma área de, aproximadamente, 3.821,461km² (IBGE - Censo, 2000), sua população conforme o Censo 2010 é estimada em 86.647 habitantes, sendo que destes 81.064, (94%) correspondem à população urbana, e 5.583 (6%) como população rural. Comparativamente, a taxa de população rural, em 1970, era de cerca de 47% do total, o que denuncia o avanço expressivo que teve a urbanização na última metade do século passado, fato verificado em todo território nacional.

Territorialmente, o município de Catalão (sede) possui mais dois distritos: Pires Belo e Santo Antônio do Rio Verde, e conforme Stacciarini (2005) possui os povoados Pedra Branca, Olhos D'Água, Martírios e Cisterna, e, aproximadamente, 33³ comunidades rurais no espaço do município.

³ De acordo com Ferreira (2012) as Comunidades rurais do município são: Sucupira, Ribeirão, Tambiocó, Matinha, Morro Agudo, Olaria, Custódia, Coqueiros, Macaúba, São Domingos, Anta Gorda, Paulista, Coruja, Sobradinho, Riacho, Fortaleza, Campo Limpo do Veríssimo, Ouvidor dos Cláudios, Samambaia, Cruzeiro dos Martírios, Cachoeirinha, Ponte Velha, Posse do Riacho, Fazenda dos Casados, Lourenços, São João da Cruz, Fazendinha, Rancho Alegre, Contendas, Pedra Preta e Babilônia.

O município de Catalão faz divisa com o estado de Minas Gerais, e em sua localização geográfica faz limite com os municípios de Ipameri, Ouvidor, Três Ranchos, Davinópolis, Goiandira, Cumari.

Mapa 1 - Localização geográfica do município de Catalão(GO)



O desenvolvimento da cidade foi propiciado pela criação do Distrito Mínero-Industrial de Catalão (DIMIC), incentivado por investimentos em infra-estrutura e investimentos fiscais, oferecidos pelo Governo do Estado de Goiás e pela Administração Municipal. Diante desse fato, foram abertas oportunidades para a implantação de indústrias. As indústrias do município estão centralizadas no DIMIC, as principais empresas lá instaladas são: duas montadoras John Deere (Cameco do Brasil) montadora de maquinário para colheita de algodão e cana de açúcar e Mitsubishi Motores Corporation montadora de veículos automotores de luxo. Sementes Pionner, Cerâmica Catalão e o depósito da Rede Varejista Eletrosom. A economia do município encontra-se entre as maiores em todos os setores da economia goiana: tem uma indústria significativa, com setor de serviços e comércio bem desenvolvido.

Destaca-se na agroindústria, na produção de produtos caseiros, artefatos de cimento, as de metalurgia, cerâmica e na agroecologia⁴. Na agropecuária se destaca com a produção para a exportação, principalmente a monocultura de soja, milho, café, algodão e pecuária com gado bovino de corte e, de outro, lado uma pequena escala de produção para abastecimento/consumo local e regional. É a maior província mineral do Estado de Goiás, descoberta em 1894 pelo geólogo Eugênio Hussak.

As empresas em destaque nesse setor de minérios são:

- A Mineração Catalão de Goiás instalada em 1976 tornou-se uma grande exportadora de nióbio e os outros minérios ficam como fonte de reserva;
- A Copebrás S. A instalada em 1977 com o objetivo de explorar as reservas de Fosfato, explora o fosfato simples (SSP), ácido fosfórico, o tripolifosfato de sódio (STPP) e o ácido sulfúrico.
- A Fosfertil (privatização da Goiás Fertilizantes S.A. (Goiasfértil)) criada pelo governo estadual em 1967 onde realizou pesquisas e estudos, porém sua produção iniciou em 1982. Tinha como objetivo fornecer matéria-prima para as fábricas de fertilizantes pertencentes o próprio grupo. Hoje a empresa pertence ao Grupo Vale Fertilizante.

Além da região de Catalão possuir grandes reservas de minerais, há outras formas de extração mineral. São mineradas de forma artesanal, nos aluviões próximos aos cursos d'águas, como dos rios Paranaíba e Veríssimo na extração do diamante.

⁴ Para maiores informações ver: MEDEIROS, Ana P. de. **O cultivo de sementes crioulas na comunidade Rural Ribeirão no município de Catalão (GO)**. 2008. 60 f. Trabalho final de Curso (Graduação em Geografia)- Departamento de Geografia, Universidade Federal de Goiás – Campus Catalão, Catalão, 2008.

Catalão também polariza o ramo de confecções e vestuário principalmente vestuários de peças íntimas⁵, o que o torna um pólo nacional de lingerie, e mais de 150 micro e pequenas empresas de vestuário, tais como as lojas de eletrodomésticos Casas Bahia, Magazine Luiza, Ricardo Eletro, Rede Eletrosom, Novo Mundo, Eletrozema e demais lojas de pequeno porte de microempresários catalanos.

Há também unidades de educação que vão do ensino infantil até o ensino superior, creches e escolas municipais e estaduais, tanto na zona rural como na zona urbana, além de dois Campi universitários: um campus da Universidade Federal de Goiás (UFG) e o outro, o Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC); há ainda a Faculdade de Tecnologia de Catalão (FATECA) que oferece mais de 30 cursos de graduação e pós graduação para Catalão e região, como pode ser observado no quadro 1.

Quadro 1 – Cursos de graduação e pós-graduação do município de Catalão (GO) - (2013)

Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão	Administração, Administração Pública (EaD), Ciência da Computação, Física, Matemática, Matemática Industrial, Química, Ciências Biológicas, Enfermagem, Ciências Sociais, Educação Física, História, Geografia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Engenharia de Minas, Engenharia de Produção e Letras.
Pós-Graduação (<i>Stricto Sensu</i>) Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão	Gestão Organizacional, Estudos da Linguagem, Educação, Matemática – Profmat, Geografia, Química, Ensino de Física.
Pós-Graduação (<i>Lato Sensu</i>) Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão	Gênero e Diversidade na Escola, Análise, Ordenamento e Gestão do Território, História, Cultura e Poder, Administração de Micro e Pequenas Empresas, Gestão Ambiental, Gestão da Qualidade e Produtividade, Gestão de Pessoas e Marketing, Gestão Estratégica da Produção, Gestão Financeira e Controladoria, Gestão Pública, modalidade à distância, Ciências Naturais, Gestão e Tecnologia das Construções e Projetos de Edificações.

⁵ Para maiores informações ver: SILVA, Magda Valéria da. **O meio técnico-científico-informacional e a estruturação da rede do pólo de moda íntima em Catalão/Goiás**. 2005. 212 f. Dissertação. (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC)	Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção, Direito, Fisioterapia, Psicologia, Sistema de Informação e Sistemas para Internet.
Pós-graduação (<i>LatoSensu</i>) Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC)	Auditoria e Perícia Contábil, Direito Civil e Processual Civil, Psicologia Clínica, Contabilidade Tributária e Responsabilidade Fiscal, Gestão Ambiental, Controladoria e Finanças, Gerenciamento de Projetos, Logística Empresarial, Engenharia de Produção, Gestão em Banco de Dados, Estratégica de Pessoas.

Fonte: Universidade Federal de Goiás; Centro de Ensino Superior de Catalão. **Org.** RAMOS, H. R. D. (2013).

Possui também outras unidades (Quadro 2) que oferecem cursos técnicos e profissionalizantes em diversos segmentos, dentre outras mais.

Quadro 2 - Principais instituições e cursos profissionalizantes do município de Catalão (GO) (2013)

Centro de Convivência Pequeno Aprendiz (CCPA)	Cursos de qualificação profissional.
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI)	Eletricista de Sistemas Eletroeletrônicos, Costureiro Industrial, Assistente Administrativo, Torneiro Mecânico, Operador de Empilhadeira, Operador mínero-químico, Eletromecânica, Eletricista Instalador Industrial, Mecânica Automotiva, Modelagem Tecido Plano, Costureiro Industrial Modinha entre outros.
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)	Artes, Design, Gestão, Idiomas, Informática, Meio Ambiente, Saúde, Técnico Educacional, Técnico em Segurança do Trabalho, Cabeleireiro, Telecomunicações, Turismo e outros.

Fonte: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial; Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. RAMOS, H. R. D. (2013).

A principal via de acesso a Catalão é a Rodovia BR-050, que liga Brasília a São Paulo. Também possui um ramal da Ferrovia Centro Atlântica (FCA). As apresentações acima pontuadas referem-se ao município de Catalão. A Comunidade Macaúba pertence à Microrregião de Catalão e é uma das 33 comunidades que existe no Município e está situada a 12km da cidade de Catalão (Mapa 2).

American) e com a mineração Fosfertil e ainda com as Comunidades Matapreta e Taquara. De acordo com Ferreira (2012), a Comunidade Macaúba se territorializa a partir da construção do Centro Comunitário. A Comunidade Macaúba foi construída em parceria com representantes da Igreja Católica e moradores locais, e ganhou a denominação de Comunidade Macaúba só quando foi construída a primeira Igreja. Esta Igreja foi arquitetada por um morador, que oriundo de uma promessa a Nossa Senhora da Aparecida, caso lhe revogasse um pedido, a construiria em sua homenagem. Mediante a promessa feita e a falta de verba para a construção, o morador rogou ajuda aos vizinhos que o ajudaram a construir a Igreja, começando assim a mobilização para o soerguimento da construção.

Ainda de acordo com Ferreira (2012), a Comunidade Macaúba⁷ já foi habitada por um número significativo de pessoas que residiram na mesma em períodos anteriores. A ação das mineradoras em suas adjacências afetou, como um todo, os moradores da Comunidade, porém em algumas das microrregiões o efeito de expropriação dos agricultores camponeses foi mais intenso, tais como Córrego Fundo, Chapadão e Posse do Valadão, nestas houve um esvaziamento de famílias devido à expansão minero industrial.

Atualmente (2013), a Comunidade conta com 49 residências (Esquema 1), utilizadas como residências fixas/permanentes e segunda residência dos que utilizam como morada aos finais de semana, buscam o ócio, a tranquilidade e calma não encontradas com total sintonia com a natureza em Catalão e região. Sua estrutura física conta com um cemitério, centro comunitário, uma quadra de esporte e um campo de futebol que está disponibilizado e são usados por todos da comunidade para a realização de eventos e lazer.

A produção na Comunidade envolve, em sua maioria, plantações de pequeno porte, onde são cultivadas lavouras de milho, cana-de-açúcar, mandioca, tomate, arroz, feijão, café, banana, açafrão, hortas com as mais variadas verduras, remédios caseiros e pomares. A criação de animais é outra atividade da Comunidade como a criação de galinhas, de suíno e de gado (principalmente o leiteiro) e criação de peixes em tanques artificiais.

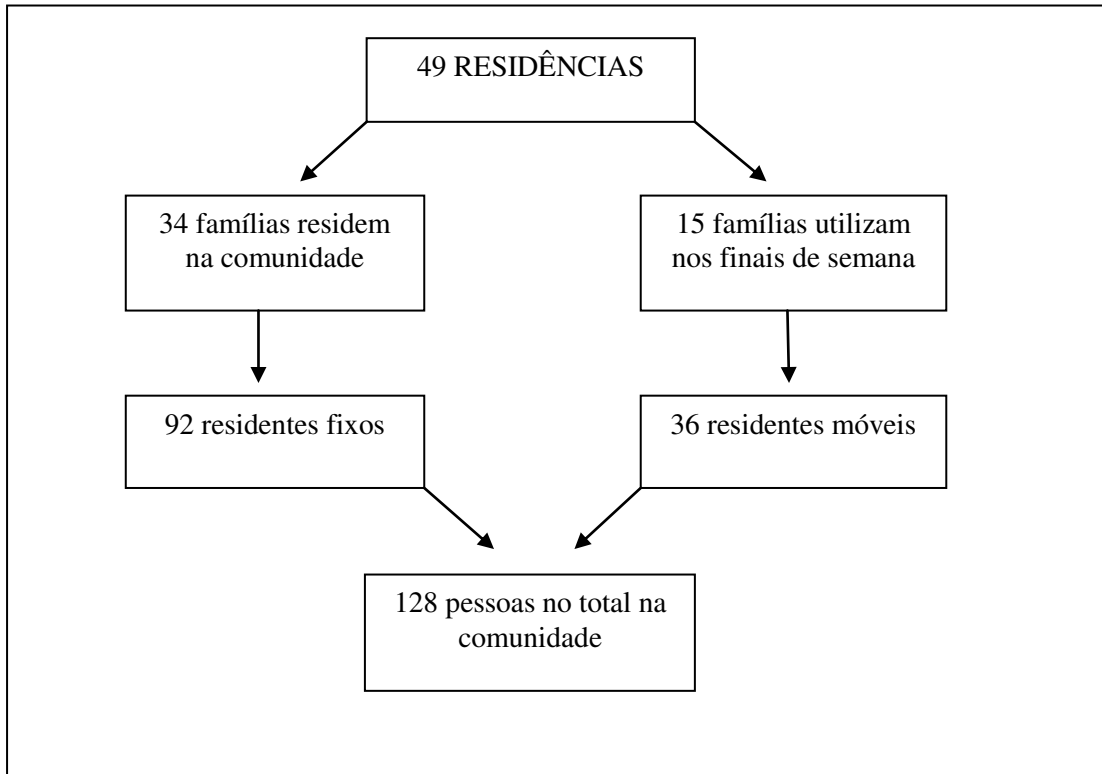
Todos os produtos citados são para consumo próprio e quando há a produção de excedente, este torna-se disponível para serem comercializados (Gráfico 2). Alguns residentes são integrantes do Movimento Camponês Popular (MCP) e comercializam esses excedentes na feira camponesa criada pelo movimento no bairro Ipanema, realizada todas as quartas-

Característica importante das Comunidades são os laços parentescos, vizinhança e a reciprocidade dos camponeses. (SABOURIN, 2009 apud FERREIRA, 2012).

⁷ Está subdividida em micro-regiões, como forma de facilitar as referências familiares internas, são elas: Córrego Fundo, Posse do Valadão, Vargem Grande, Mata do Meio, Ita-Brava, Chapadão e Samambaia.

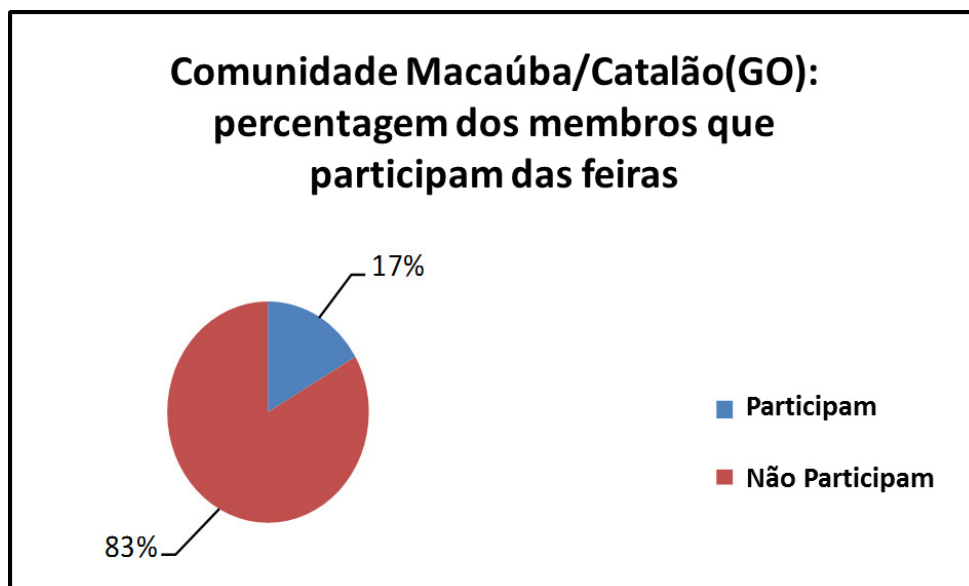
feiras, já os membros que não integram o Movimento comercializam em duas outras feiras na cidade de Catalão.

Esquema 1 – Residentes na Comunidade Macaúba /Catalão (GO) – (2013)



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Org.:** RAMOS, H. R. D. (2013)

Gráfico 1 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): porcentagem dos membros que participam das feiras



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

A Comunidade Macaúba, como qualquer outro espaço, está carregada de sentidos, seja na relação de vizinhança, parentesco e nas suas tradições culturais (histórias, festas, rezas, mutirões, pescarias, lugares assombrados, cavalgada e futebol) elementos que constituem e espacializam sua identidade local.

2.4 O contato com a realidade pesquisada: as descobertas traçadas na Comunidade Macaúba

A presente pesquisa possui caráter qualitativo. De acordo com Godoy (1995), a partir da segunda metade do século XX a abordagem qualitativa se expandiu entre as ciências, dentre elas a Geografia, Psicologia e Administração. Na ciência geográfica a pesquisa qualitativa tem se tornado um caminho metodológico, incrementando novas possibilidades na interpretação científica das relações socioespaciais do espaço geográfico, através das técnicas de entrevistas, história oral, diário de campo, fotografias e estudos de casos. Mas as interpretações da realidade são o desafio da pesquisa ao pesquisador. Propor perguntas, e as lacunas a serem respondidas é o trunfo para o pesquisador, que pouco a pouco constrói o conhecimento.

A posição social do autor da pesquisa, a onipotência descritiva do texto científico, a transcrição objetiva da realidade são postas em questão: o pesquisador está marcado pela realidade social, toda observação está possuída de uma teoria, o texto não escapa a uma posição no contexto político e a objetividade está delimitada pelo comprometimento do sujeito com sua realidade circundante. (CHIZZOTTI, 2003, p.230).

O pesquisador busca o desconhecido e atinge com maior precisão teórica sobre os fenômenos desconhecidos ou realidade incertas ou duvidosas. A pesquisa se pauta nas indagações do pesquisador, que busca preencher as lacunas dos objetivos propostos. Alves-Mazzotti; Gewandsznajder (2002) dizem que a maior parte das pesquisas qualitativas se propõem a preencher lacunas no conhecimento, na qual essas lacunas geralmente se referem à compreensão de processos dinâmicos que ocorrem em instituições, grupos ou comunidades. Para reforçar esta ideia, Demo (1998) faz a seguinte observação:

Pesquisa qualitativa significa, na esteira de nossa argumentação, o esforço jeitoso de formalização perante uma realidade também jeitosa. Trata-se de uma consciência crítica da propensão formalizante da ciência, sabendo indigitar suas virtudes e vazios. (DEMO, 1998, p. 101).

De acordo com Matos e Pessôa (2009), a pesquisa qualitativa reconhece que os atores sociais são sujeitos que produzem conhecimentos e práticas. Por conta disso, estabelece a necessidade da imersão do pesquisador no contexto em que estuda.

Os resultados da pesquisa são fruto de um trabalho coletivo resultante da dinâmica entre pesquisador e pesquisados.

[...] a pesquisa qualitativa não procura aumentar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatísticos na análise dos dados. Parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo. (GODOY, 1995, p. 58).

A pesquisa qualitativa tem como características marcantes as descrições detalhadas de fenômenos, comportamentos; citações diretas de pessoas sobre suas experiências; trechos de documentos, registros, correspondências; gravações ou transcrições de entrevistas e discursos; dados com maior riqueza de detalhes e profundidade; interações entre indivíduos, grupos e organizações.

Muitos pesquisadores de orientação qualitativa fazem seu trabalho de campo através de observação e entrevista, empregando muito do seu tempo no local da pesquisa, em contato direto com os sujeitos. Registram suas notas, analisam seus dados e escrevem os resultados obtidos, incluindo descrições de trechos de conversas e diálogos. Fotos coletadas ou tiradas pelo pesquisador também podem compor o conjunto de dados. (GODOY, 1995, p. 62).

De acordo com Godoy (1995), do ponto de vista metodológico, a melhor maneira para se captar a realidade é aquela que possibilita o pesquisador “colocar-se no papel do outro”, vendo o mundo pela visão dos pesquisados. Utilizamos métodos para interpretar como as coisas são realizadas no seu dia-a-dia, na vida cotidiana. Essa realidade empírica se expõe somente na experiência humana, na percepção de como o outro se vê na realidade.

O interesse dos pesquisadores pela abordagem qualitativa, na maioria das vezes, é o de verificar como determinado fenômeno se manifesta nas atividades, procedimentos e interações diárias de um determinado espaço, lugar ou sociedade. A pesquisa qualitativa preocupa com aspectos da realidade, na compreensão e explicação das relações sociais:

[...] as características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de *descrever*, *compreender*, *explicar*, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências. (SILVEIRA; CORDOVA, 2009, p. 32).

Para a condução da pesquisa qualitativa, as técnicas de investigações adotadas exprimem a confiabilidade dos resultados. Para trilhar esse caminho metodológico delimitamos os seguintes passos: a) pesquisa teórica; b) pesquisa documental; c) pesquisa de campo (entrevistas, diário de campo, gravações, fotografias).

2.4.1 Pesquisa teórica

A revisão da literatura exerce um dos principais papéis na análise acadêmica. É através desta que contextualizamos e situamos o trabalho na área da qual faz parte.

Situar seu trabalho é muito importante tanto para você quanto para o leitor do seu texto: para quem escreve, porque precisará definir os autores pertinentes para fundamentar seu trabalho, o que demandará uma leitura vasta, constante e repetida; e para quem lê, porque pode identificar a linha teórica em que o trabalho se insere com base nos autores selecionados para a revisão de literatura. (SANTOS, 2006, p. 2).

Além de situar o leitor, a estruturação teórico-conceitual de uma pesquisa é importante para situar a análise no tempo/espço, orientando a ação do pesquisador. Seu papel é subsidiar a interpretação da realidade percebida; identificar e representar os fenômenos socioeconômicos e culturais responsáveis pela manifestação de determinados eventos (MENDES; PESSÔA, 2009). A revisão de literatura é a peça fundamental para o arcabouço que embasa a pesquisa.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizada a revisão teórica que tem como “[...] objetivo circunscrever um dado problema de pesquisa dentro de um quadro de referência teórico que pretende explica-lo” (LUNA, 2000, p. 83). A revisão e leituras foram feitas a partir da consulta em livros, artigos de periódicos, revistas especializadas, documentos, monografias, dissertações teses e *sites*, fazendo uso de fontes primárias e secundárias.

A revisão bibliográfica constou de obras que versam sobre a relação campo/cidade, consumo, cultura, ideologia, agricultura camponesa e espaço na busca de elementos que possam subsidiar a pesquisa na compreensão da dinâmica proposta. Também foi feita a consulta em obras de pesquisadores das áreas que tenham feito discussões pertinentes acerca da temática estudada, onde favoreceu o desenvolvimento da pesquisa.

2.4.2 Pesquisa documental

Na abordagem qualitativa a seriedade e o rigor científico na coleta e na interpretação dos dados são fundamentais para alcançarmos as problemáticas propostas. Pois a pesquisa documental visa responder as necessidades objetivas da investigação científica.

Considera-se como documento qualquer registro escrito que possa ser usado como fonte de informação. Regulamentos, atas de reunião, livros de frequência, relatórios, arquivos, pareceres, etc., podem nos dizer muita coisa sobre os princípios e normas que regem o comportamento de um grupo e sobre as relações que se estabelecem entre diferentes subgrupos. Cartas, diários pessoais, jornais, revistas, também podem ser muito úteis para a compreensão de um processo ainda em curso ou para a constituição de uma situação passada. Participante. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 169).

É importante para se conhecer os tipos de investigação realizados, os instrumentos adotados, os pressupostos teóricos assumidos, as posições dos pesquisadores, os aspectos explorados e os sistemas de explicação que foram construídos (CHIZZOTTI, 2003). A análise da problemática tratada foi necessário buscar dados em fontes primárias e secundárias como sucede.

As fontes primárias, conforme Gerhardt et al. (2009), são aquelas que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações, gravuras, pinturas a óleo, desenhos técnicos, etc. As fontes secundárias são aquelas que, de alguma forma, já foram analisadas, tais como: relatório de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, manuais internos de procedimentos, pareceres de perito, decisões de juízes, entre outros.

A consulta de dados em fontes oficiais de informações como no Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE–Agência Catalão) foi feita com objetivo de obter os dados como Censos Demográficos, populacionais e agropecuários do município de Catalão. Na

Secretaria do Planejamento e Desenvolvimento do Estado de Goiás (SEPLAN) foi feito, em parte, a coleta de dados estatísticos de Goiás e de Catalão, na Secretaria de Agricultura de Catalão e dados do NEPSA/CNPQ (Núcleo de Pesquisa Sócioambientais – Campus Catalão buscamos informações referentes às comunidades rurais do município. Na Secretária do Comércio e da Indústria de Catalão buscamos dados que mostrassem a participação das comunidades rurais na economia do município.

A pesquisa documental foi importante para a construção histórica e compreensão política, econômica e social de Catalão e, especificamente, da Comunidade Macaúba. Pois as consultas foram feitas em documentações para a obtenção de dados referente a questões socioeconômicas, quantidade de moradores residentes, a quantidade de Comunidades rurais no Município de Catalão e participação financeira na economia local.

2.4.3 Pesquisa de campo

A pesquisa de campo é a parte de conhecermos a realidade pesquisada, é o momento de inserimos nos universo da pesquisa, viver e ter a experiência da prática para compreendermos o vivido, tendo assim o contato entre o empírico e a prática. Não devemos reduzir ao mundo empírico, mas é momento específico que articulamos a teoria e a prática. Representa um período no processo de produção do conhecimento que não pode prescindir da teoria, sob pena de tornar-se vazio de conteúdo e incapaz de contribuir para revelar a essência dos fenômenos geográficos (ALENTEJANO; ROCHA-LEÃO, 2006).

Para Santos e Pessôa (2009), o trabalho de campo é fundamental na pesquisa geográfica, pois representa o momento em que o pesquisador estabelece um contato direto com a realidade estudada, interagindo com os sujeitos e apreendendo a maneira como eles se concebem em suas dinâmicas de vida e de trabalho no lugar em que vivem.

A pesquisa de campo possibilitou o conhecimento do espaço/objeto a ser investigado. Um momento de reconhecimento da Comunidade, tais como suas histórias, lendas, e observação das construções físicas das casas dos moradores, bem como a observação no que tangencia o foco do trabalho, a inserção dos produtos eletroeletrônicos no espaço vivido.

O contato com o campo na fase inicial do planejamento é de suma importância, não apenas para a geração de questões e identificação de informações e documentos, como para uma primeira avaliação da

pertinência, ao contexto considerado, das questões sugeridas por outras fontes. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 151).

O primeiro contato foi fundamental para o levantamento das questões do trabalho, principalmente por reconhecer que essa Comunidade apresenta um vazio demográfico de jovens até os 18 anos em virtude dos filhos se deslocarem para a cidade estudar ou exercer outras atividades diferentes a de seus pais.

Independente do nível de pesquisa torna-se de cunho obrigatório a submissão da pesquisa ao órgão específico aprovado pela portaria de Resolução 196 de 1996. Nesse sentido, Fonseca e Matos (2008) relatam bem essa apreciação, considerando a importância e relevância para a pesquisa diante da credibilidade. Assim, é exposta a necessidade:

[...] essa resolução considera pesquisa envolvendo seres humanos aquelas realizadas em qualquer área do conhecimento e que, de modo direto ou indireto, envolvam indivíduos ou coletividades, em sua totalidade ou partes, incluindo o manejo de informações via entrevistas, aplicações de questionários, utilização de banco de dados com informações sobre seres humanos e que, portanto, devem ser submetidas à apreciação de um CEP. (FONSECA; MATOS, 2008, p. 143).

Assim, de acordo com Fonseca e Matos (2008), torna-se de fundamental importância a submissão ao Comitê de Ética, para proteção não apenas os objetos da pesquisa, mas também os pesquisadores e as instituições ao qual o pesquisador faça parte e a comunidade científica como um todo. Nessa pesquisa, a submissão ao Comitê de Ética visa salvaguarda a dignidade, os direitos a segurança e o bem-estar do sujeito da pesquisa. Assim, seu objetivo de defender os interesses dos sujeitos da pesquisa, sua integridade e dignidade no desenvolvimento da pesquisa dentro dos padrões éticos. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) foi apresentado aos entrevistados que aceitaram a gravação de suas falas e divulgação de seus depoimentos.

A familiaridade com o universo de pesquisa é importante para o desenvolvimento e entendimento do espaço pesquisado. As observações e a interações com os moradores foram feitas através das festas culturais que se desenvolvem na Comunidade. Dentre estas festas familiares, procissão da Via Sacra, Festa de São Pedro e de São João. Esses momentos foram propícios para conhecer mais o convívio cultural dos moradores, e também a extinção de festas religiosas e as transformações/reorganização das procissões religiosas, possibilitando um olhar crítico sobre a realidade associado à ação transformadora.

O esvaziamento demográfico na Comunidade acarretou a transformações nas festividades, e esta foi observada na procissão Via Sacra, tradição na Comunidade. Essa procissão, feita há muitos anos na Comunidade e realizada por católicos, antes da redução do número de moradores era feita em um percurso maior, o qual foi reduzido, à medida que diminuía o número de moradores. Outra mudança perceptiva nas tradições culturais foi nos momentos de oração na Comunidade, referente ao ritual de “Lava Pés”, onde, costumeiramente, doze homens sentam-se à frente da Comunidade, retirando seus calçados para que um de seus pés seja lavado, simbolizando o momento que Jesus Cristo lavou os pés dos doze apóstolos. O esvaziamento da população, a redução do número de pessoas e de homens na Comunidade ocasionou uma reorganização e adaptação para realizar o ritual. Esse ato era exclusivamente realizado por homens, e pela falta numérica do mesmo, foi realizado por mulheres. A redução no número de homens fez com que a Comunidade se adaptasse à nova realidade para manter viva parte da festividade, como podemos observar na foto 1.

Foto 1 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): encenação do ritual lava pés



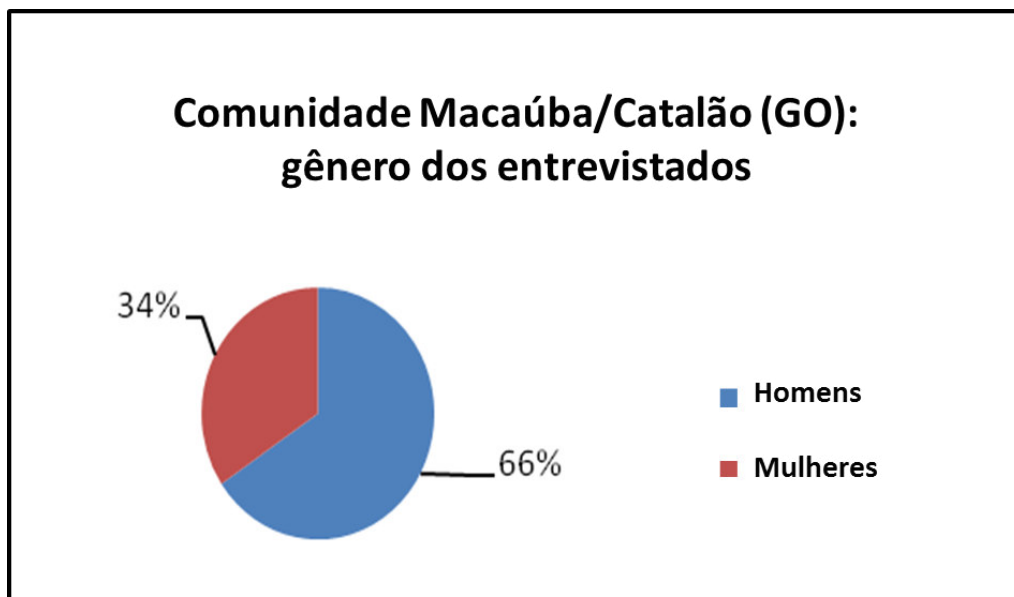
Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Esse contato e observações possibilitaram uma visão e compreensão mais ampla do problema. Outro fator que aproximou o contato com a Comunidade ocorreu no mês de junho/2013, em comemoração a Santo Antônio e São Pedro. A participação nas festividades, procissões religiosas e momentos de lazer permitiram o conhecimento da vida campestre na Comunidade, para que, com a convivência, possa ter “conhecimento de concepções e representações da riqueza sociocultural do lugar, como a história das famílias, da região, dos “causos” e, principalmente da utilização do tempo, o ritmo de vida e sua inserção na ordem social em seu todo”. (MENDES; PESSÔA, 2009, p. 525, grifos das autoras).

As informações para a pesquisa foram obtidas por meio da entrevista, gravação, o diário de campo e registros fotográficos. Assim, o trabalho de campo torna-se um instrumento necessário para a realização de investigações de qualquer natureza. Nesse sentido busca-se na pesquisa de campo conhecer a realidade da Comunidade Macaúba, observar a vida cotidiana, e mostrar a relação cidade-campo a partir da Comunidade Macaúba e da cidade de Catalão (GO).

Para a pesquisa foi elaborado o roteiro de entrevista semi-estruturada. A amostragem utilizada foi a não probabilística por acessibilidade ou por conveniência. De acordo com Gil (1999, p.104), esse tipo “constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem [...] e é destituída de qualquer rigor estatístico”. Assim, do total de 49 famílias, moradoras da Comunidade, foram entrevistadas 32 famílias, para a compreensão da relação cidade/campo a partir da Comunidade Macaúba e o município de Catalão, o incentivo ao consumo, modo de organização social, modo de vida, valorização da cidade e o como os comportamentos urbanos interferem no seu cotidiano. Com relação às demais famílias (17), não foi possível realizar as entrevistas devido à dificuldade de encontrá-las. O número de famílias entrevistadas (65%) foi suficiente para obter um perfil do grupo de moradores da Comunidade. No gráfico 3 apresentamos o percentual de entrevistados conforme o seu gênero sexual.

Gráfico 2 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): gênero dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Assim, de acordo com Alves-Mazzotti e Gewandsznajder,

[...] Por sua natureza interativa a entrevista permite tratar de temas complexos que dificilmente poderiam ser investigados adequadamente através de questionários, explorando-os em profundidade. A entrevista pode ser a principal técnica de coleta de dados ou pode, como vimos, ser parte integrante da observação participante. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 168).

Nessa fase também utilizamos o diário de campo para registrar apreensões dos agricultores camponeses e suas relações com o espaço, bem como desenho dos trajetos percorridos durante a coleta de dados, e momentos considerados importantes ou fatos observados que foram considerados relevantes. Para Lopes et al. (2002 p. 131) “o Diário de Campo é um recurso muito utilizado pela etnografia como forma ideal para registrar o cotidiano da pesquisa”. Para Gerhardt et al. (2009),

[...] o diário de campo, enquanto técnica de pesquisa, foi utilizado inicialmente pela Antropologia, classicamente representada pelo antropólogo Bronislaw Malinowski, o primeiro a sistematizar as observações realizadas em suas pesquisas etnográficas. (GERHARDT et al., 2009, p. 76).

O diário de campo é uma forma de narrar as experiências vividas no trabalho de campo e como instrumento indispensável para que possamos aprofundar nossos olhares sobre a realidade do espaço social. Serve como registro das informações do convívio com o local/informando na construção da história dos indivíduos, que não podemos abstrair de outras vias de pesquisa. São informações registradas evitando a perda, pois ao passar o tempo, nossa memória provavelmente descartaria tais relatos (LIMA, 2002).

Ainda sobre o diário de campo, Lopes (2002) mostra que as anotações dos relatos refletem a forma pela qual o pesquisador recorta o real, tal como um fotógrafo enquadra a cena a partir de sua visão de mundo. O diário de campo constitui-se em exercícios de reflexão e narração dos acontecimentos e situações vivenciadas na pesquisa.

Não há uma regra para a construção do diário de campo, cada pesquisador desenvolve determinada metodologia, é um material muito pessoal, onde é possível fazer anotações, desenhar percepções e fatos que chamam atenção, esse instrumento faz com que observemos o espaço de uma forma mais atenta. São gestos, emoções, histórias, lugares registrados no papel e que ao serem lidos e relidos nos permitem voltar em mente ao trajeto da pesquisa de campo. Assim, Lima et al. (2002) discorrem que o encontro entre os conteúdos objetivos da pesquisa e a subjetividade do pesquisador torna o diário de campo um dos instrumentos mais ricos para a construção da análise.

O pesquisador ao descrever os dados busca na memória o ambiente no qual os acontecimentos ocorrem, o que lhe permite retomar os fatos e a situação captadas por seu olhar atento. Um olhar atento que se aprofunda nas questões pertinentes aos dados e, também, nos gestos e situações do desenrolar da pesquisa. Ele provoca o despertar para os acontecimentos e temas não previstos ou captados pelas demais técnicas. (LOPES et al., 2002, p. 134).

Além dos relatos no diário de campo, outro elemento utilizado foi a gravação digital, usada em larga escala para capturar relatos literais exatos, juntamente com sotaques, entonações e inflexões, sem a intervenção interpretativa de estenógrafos e anotadores. Ela nos possibilita o arquivo das entrevistas, que permite uma segunda audição caso seja pertinente. As gravações transcritas, podem compor ou não parte do corpo do texto, mantendo todos os relatos expostos pelo entrevistado.

Cabe ao pesquisador o discernimento e registrar com fiel clareza sem interferência ou distorções na linha de raciocínio e do que os entrevistados expõem. Além dos relatos do diário de campo, a pesquisa dispõe dos registros fotográficos para ilustrar as análises reflexivas das observações e das respostas dadas pelos agricultores camponeses, pois, desta forma, propõem ao leitor uma realidade mais concreta com o espaço pesquisado.

De acordo com Sartório (2011), a tradição do uso da fotografia na pesquisa social remonta ao século XIX, com os primeiros trabalhos da Antropologia que usaram-na para registrar costumes e tradições de povos considerados exóticos. A seguir, a Sociologia a História e a Psicologia dentre outras disciplinas, se interessaram pelo uso da foto para o registro do real e, também, como auxiliar na obtenção de dados subjetivos. Na ciência geográfica o uso da fotografia está lúcido nas palavras de Justiniano (2005):

[...] em Geografia, a imagem ilustra e documenta eventos naturais e sociais que ocorrem num determinado tempo e lugar e deve ser acompanhada de outras informações, com localizações geográficas, ângulo de visada, registro de hora e da data e relato do fato observado. Essas anotações serão importantes na composição dos trabalhos, na verificação de resultados e no acompanhamento dos fenômenos ao longo do tempo. (JUSTINIANO, 2005, p. 187).

O uso da fotografia é para contribuir na percepção, ilustração e na documentação dos fenômenos investigados. Representa o pensamento do fotógrafo ou uma forma de expressão de um espaço, aquilo que queira se dizer, representado pela fotografia. Sartório (2011) nos esclarece sobre o desenvolvimento dessa técnica na pesquisa:

[...] após o desenvolvimento da fotografia o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica. Com a descoberta da fotografia e, mais tarde, com o desenvolvimento da indústria gráfica, iniciou-se um novo processo de conhecimento do mundo: detalhado, fragmentado e contextual. (SARTÓRIO, 2011, p. 7).

Essas fotografias expressam uma intencionalidade, representam um forte documento visual, como pode enganar muito bem algo que seja demonstrado. As fotografias são mentalidades e a visão de quem fotografa, e a visão de quem fotografa é única, carregada de objetivos a partir de sua percepção de mundo.

Os dados coletados aparecem sob a forma de transcrições, fotografias, desenhos e vários tipos de documentos. Visando compreensão ampla do fenômeno que está sendo estudado, considera que os dados da realidade são importantes e devem ser analisados. Esses dados são de fundamental importância para que possamos entender um pouco sobre as urbanidades no rural e tornar tema de apreciação para a Geografia, em especial o Urbano e o Rural. Com visões paradigmáticas diferenciadas, ambas procuram debater e identificar as transformações, configurações espaciais e os significados que assumem os estudos sobre a cidade e o campo; o urbano e o rural; a urbanização; a rururbanização, dentre outros.

Discorrido o caminho metodológico que geriu a pesquisa, na seção três faremos uma discussão sobre as transformações recentes no processo de urbanização, no mundo rural e da relação rural-urbano que desafia estudiosos a construir teorias e conceitos para explicarem essas novas realidades. Essas teorias e conceitos, que emergiram há algum tempo na ciência geográfica, foram eixos dialogados no discorrer do pensamento e hoje são denominadas por alguns autores de urbanidades no rural. Sendo assim, faremos uma discussão que visa trazer elementos que contribuam para compreensão da proposta estabelecida na construção do tema proposto.

3 O RURAL E O URBANO, O CAMPO E A CIDADE NA COMUNIDADE MACAÚBA: reflexões sobre suas relações e contradições diante das transformações

3.1 Do campo à cidade: o trilhar das aspirações

A relação cidade e campo situa-se, historicamente, no centro do debate das sociedades humanas. O campo historicamente precedeu a cidade, a origem da cidade nos revela isto. A Revolução Agrícola foi fundamental para o aparecimento das cidades, que surgiram em decorrência das diversas condições sociais, espaciais e históricas. Mantendo o foco sobre o urbano e o rural, é válido destacar a condição específica para o surgimento das primeiras cidades, é a capacidade da produção de excedente. Esta representou uma condição necessária para que ocorresse a divisão do trabalho e, por sua vez, ha possibilidade para as pessoas se destinarem a outras atividades a não ser agrícola (SPOSITO, 1994).

Com o desenvolvimento da prática agrícola foram surgindo, primeiramente, os assentamentos sedentários, e, posteriormente, as cidades. Afinal, graças à agricultura houve a possibilidade de se alimentar populações cada vez maiores, criando, sobretudo, a probabilidade de produzir um excedente alimentar a ser transferido para as cidades. Portanto, ao analisar a relação entre cidade-campo e urbano/rural, é importante considerar que as cidades

[...] representam um novo sistema social, mas que não está separado do tipo rural, nem é posterior a ele, pois os dois estão intimamente ligados no âmago do mesmo processo de produção das formas sociais, mesmo que, do ponto de vista destas formas, estejamos em presença de duas situações diferentes. (CASTELLS, 1983, p. 19).

Nessa direção, é importante uma reflexão a partir de uma visão na qual não haja um pensamento dicotômico entre cidade e campo ou entre o urbano e o rural. Na abordagem dicotômica, as diferenciações de cidade e campo se estabelecem pelas distinções nas atividades em que se concentra a população economicamente ativa; nas formas de produção; o campo estaria mais próximo à natureza; diferenças no tamanho da população e densidade populacional; diferenças na organização socioespacial e na própria complexidade social; diferenças nas motivações migratórias dentre outras. Cidade-campo, desde sua gênese, se distingue, mas não devem ser vistas como espaços que se opõem.

Ao falarmos da relação cidade-campo, consideramos como espaços em oposição, distintos, de complementação e de complementaridade onde só se compreende o campo juntamente com a cidade e vice-versa para a existência social. Na atual conjuntura do mundo moderno, as relações cidade-campo passam por transformações que necessitam de um novo entendimento para desvendar os conteúdos e motivos destas transformações no mundo moderno. Devemos pensar a cidade e o campo como espaços dialeticamente imbricados, que apresentam elementos histórico-social específicos, mas que só pode ser compreendida na sua totalidade.

Mas para a compreensão dessa totalidade devemos refletir que a cidade e o campo são construções socioespaciais, que devem ser analisadas e fortalecidas por seus contextos, situações e singularidades. Ambos não são semelhantes e não podem ser discutidos e regidos pela mesma lógica, pois no urbano o artificial e a velocidade dos acontecimentos se processam num tempo rápido. Silva (2010) ressalta bem essa ideia ao dizer que o tempo na cidade é acelerado e curto, devido a rapidez em responder às ações introduzidas pela lógica capitalista. No campo, o tempo é mais lento, as relações sociais estão mais centradas na proximidade, no cotidiano e num maior contato com a natureza.

[...] O tempo é movimento, mas um movimento nem tão perceptível aparentemente. Existem outros tempos, outros horários. As pessoas estão imbuídas por uma outra lógica. Temporalidades diferenciadas: do plantio, da colheita, da poda, da entressafra. Horários que seguem outras rotinas e normas, portanto, que expressam um outro modo de vida. (BAGLI, 2010, p. 84).

O pensamento de Oliveira Neto (2005) reflete a relação cidade-campo na atual conjuntura são regidos pelo relógio e o calendário, símbolo da modernidade, transpondo os antigos métodos administrados pelos tempos cósmicos. A verdade é que aqueles moradores levavam uma vida essencialmente agrária, conduzidos pelo dia e da noite, das estações do ano, pelos padrões de higiene, conduta moral e social que definidos pelo isolamento e a dispersão comum ao modo de vida no campo, bastante diferente da concentração, da comunicação e do tempo do relógio e da fábrica, ao mesmo tempo símbolo e signo da modernidade, o relógio comanda os passos de cada indivíduo, estabelecendo na rua e na cidade o movimento de cada período.

Tem-se na hora de sair de casa, hora do almoço, hora do rush, horário de funcionamento dos bancos, do comércio, das instituições públicas, enfim, a

hora mecânica do relógio passou a sincronizar a vida cotidiana do mundo urbano moderno capitalista. (OLIVEIRA NETO, 2005, p. 33).

Essas distinções não são favorecidas para que cidade-campo sejam analisadas separadamente, são encontrados em estágios distintos, momentos e lugares diferentes mais que estão em constante transformação, na plenitude de complementação dos espaços.

O campo e a cidade são espaços em encontro e com relações dialéticas. Esse encontro cristaliza momentos diferentes que começam a coexistir e dar características outras aos tempos, lugares e as vivências. Nesse sentido, o rural urbano é formado pelo encontro de diferentes estágios de produção e interação com a natureza e as texturas desse encontro ficam grafadas. No presente, criam os espaços “híbridos”. (MOTA, 2011, p. 59, grifos do autor).

Nesses espaços híbridos, termo utilizado pela primeira vez por Bruno Latour (1994), seguido por pensadores como Rua (2005; 2006) e Souza (2010) que fazem uma leitura dual de cidade e campo, esse espaço híbrido é um entrave, pois o que se tem é o estudo independente de ambos. Esse estudo separado são pontos que devemos superar na fase atual em que vivemos. Rua (2005; 2006); Souza (2010) consideram que o espaço é uma variedade de híbridos e que não permite uma distinção pura entre rural e urbano, há que pensar em espaços distintos mais que entrelaçam na atual conjuntura social. Temos que superar essas leituras dicotômicas para compreendermos a relação cidade-campo do mundo moderno, originadas da fragmentação da ciência que tende a ver a cidade como *lócus* do desenvolvimento e o campo como atraso. São dualidades a serem ultrapassadas como expõe Souza:

[...] assim, predomina a leitura dual em que, de um lado estuda-se o campo, o todo rural, de outro, o espaço urbano e as cidades. Tais leituras apontam para diversas direções, destacando-se as análises que propõem a posição entre esses espaços, em que a cidade passa a ser vista como *lócus* do desenvolvimento, da industrialização, da técnica, portanto, da modernidade, e o campo, local do atraso e, ate mesmo, impeditivo do avanço das forças produtivas, resquícios do passado, que precisa ser transformado. (SOUZA, 2010, p. 195).

Essa relação de transformação do espaço brasileiro intensificou após a 2ª Guerra Mundial com a Revolução Verde e a Revolução Tecnológica. Esses fatores proporcionaram ao campo menos oferta de emprego e em consequência favoreceram a mudança estrutural da população brasileira, se opondo a população citadina, a população rural. Do ponto de vista teórico-metodológico, Matos (2011) ressalta que

com o desencadeamento favorecido pelos princípios da Revolução Verde [...] a agricultura passou a utilizar meios mais artificiais (insumos, máquinas, pesticidas), em detrimento dos naturais (adubação animal); e a população aderiu a uma alimentação mais artificial, procedente das agroindústrias, como os enlatados, processados e também a alimentos, até então, alheios aos hábitos alimentares dos brasileiros como os derivados da soja (óleo, margarina), do trigo (farinha), as carnes de frango de granja, entre outros produtos. Os produtos alimentícios artificiais cada vez mais foram ganhando mercado, adeptos e consumidores, garantindo a reprodução do capital agroindustrial. (MATOS, 2011, p. 80).

Essas transformações, desencadeadas no século XX, tiveram origem na Primeira Revolução Industrial. O motor desse processo foram as inovações tecnológicas nas relações de produção e trabalho, a tecnificação dos transportes, flexibilização e circulação de pessoas, mercadorias e informação.

[...] A emersão do sistema financeiro transnacional, a plena globalização do mercado capitalista (com a flexibilização das barreiras jurídicas e alfandegárias e a abolição das fronteiras nacionais) e a constituição de uma era biocibernética do capital, que se vale de robôs, computadores e satélites para promover a reengenharia do sistema produtivo, a integração dos mercados e a aceleração do ritmo de acumulação, pondo fim ao padrão que se constituía com a II Revolução Tecnológica ao final do século XIX, marcada pela descoberta das ligas químicas, o uso do cimento e do concreto, assim a utilização do petróleo e do motor de combustão, que faria do automóvel o grande ícone industrial da primeira metade do século XX. (LEITÃO, 2007, p. 217).

Conforme Matos (2011), a era da biocibernética transformaram as redes de transporte, principalmente com o trem-de-ferro e o navio moderno, que viabilizaram uma circulação e uma comunicação mais rápida e eficiente entre os países e os continentes. Ao longo dos anos, o desenvolvimento das redes de transportes foi evoluindo, gerando, por conseguinte, uma fluidez cada vez maior de mercadorias, alimentos, capitais, costumes e informações.

Para Sposito (2010), a descoberta do motor da combustão e, com ela, a invenção do automóvel alterou a lógica de estruturação dos espaços urbanos. Desde sua origem, as cidades tinham sua extensão limitada pelas possibilidades de mobilidade dos pedestres e, no máximo, de deslocamento em animais de carga. Na segunda metade do século XIX, o bonde (primeiramente puxado pelos cavalos) favoreceu a expansão territorial urbana, que passou a se orientar, conforme os vetores de extensão dos trilhos. Os automóveis abriram o fluxo contínuo, e mantendo a possibilidade de definição de inúmeros trajetos, tanto quantos

veículos e motoristas para sua condução, propiciaram mobilidade interurbanas a partir das infraestruturas que exigem menos investimentos e contém maior potencial de extensão dos tecidos urbanos que são as ruas, sem que seja preciso implantar trilhos e, muitas vezes, sem que a pavimentação esteja implantada. Assim, o modo de vida essencialmente agrário, considerado rústico e desprovido dos bens tecnológicos, na atualidade são incrementados de produtos ao qual lhes proporcionam certo conforto.

No século XX, o sistema de redes passa a ser muito mais dinâmico, devido às inovações técnico-científicas nos meios de transportes (sistemas hidroviário, rodoviário, ferroviário, aeroviário) e nos meios de comunicação (televisão, telefone, internet), isto é, os fluxos e movimentos que movimentam os territórios, são articulados pelas relações de uma sociedade em rede. (MATOS, 2011, p. 70).

Entretanto, após a década de 1970, o modo de produção capitalista intensificou a aceleração maquinária/produzida do campo e população em fluxos e movimentos ocasionou a inversão demográfica. Esses são fatores que contribuem para que o tecido urbano se prolifere, em especial no interior do Brasil. Ao discutir o tecido urbano, Whitacker (2010) reflete que este se estende consumindo os resíduos da vida agrária. Por tecido urbano não se entende, de maneira estreita, a parte construída das cidades, e sim o conjunto de manifestações do predomínio da cidade sobre o campo. Lefebvre (1999) contribui para o debate ao dizer que

o tecido urbano prolifera, estende-se, corrói os resíduos da vida agrária. Estas palavras “o tecido urbano”, não designam, de maneira restrita, o domínio edificado das cidades, mas o conjunto de manifestações predomínio das cidades sobre o campo. Nessa acepção, uma segunda residência, uma rodovia, um supermercado em pleno campo, fazem parte do tecido urbano. (LEFEBVRE, 1999, p. 17).

Ainda nessa linha de pensamento, Sobarzo (2010) reflete que essa extensão do urbano não ocorreu somente à malha urbana, mas a uma lógica, a um conteúdo social, que é a lógica surgida com a industrialização que leva à prevalência das trocas, da compra e venda e do mundo da mercadoria, do dinheiro e do capital.

Matos (2011) destaca que com a modernização tecnológica da agricultura consolidam-se empresas rurais capitalistas. Com isso, a visão de latifúndio passa a ser coisa arcaica, do passado, enquanto o rural moderno é sinônimo de desenvolvimento do campo e

também de modernidade. Surge o empresário rural, e o agronegócio⁸. Nesse sentido, Leitão (2007), mostra que

a aliança dos grandes fazendeiros capitalistas com os prepostos do capital financeiro transnacional, conhecida como o agronegócio, organiza os principais setores da produção agrícola sob características que remontam a própria era colonial: ela se assenta no regime da monocultura (café, cana, soja, laranja, pecuária), que ocupa grandes extensões de terra (plantio em larga escala para compensar os baixos preços dos produtos) e se destina sobretudo à exportação (no limiar do século XXI, dois terços das melhores terras serviam apenas à cana, à soja e ao café). Exige, além disso, o uso intensivo de máquinas e agrotóxicos (o que visa aumentar a produtividade do trabalho, gerando o desemprego e redução de salários) e de técnicas agrícolas hostis ao meio ambiente, o que degrada as condições naturais e aniquila a biodiversidade. (LEITÃO, 2007, p. 218).

A modernização/industrialização do campo proporcionou a incorporação de máquinas, da biotecnologia, e insumos que permite maior produtividade do trabalho e da terra e foi a propulsora para a urbanização. Em consequência, a cidade vai ganhando cada vez mais importância como o centro de concentração financeira, do poder político e permite o desenvolvimento da troca de mercadorias. Assim, Carlos (2004) mostra que

a industrialização permitiu com o desenvolvimento do **Mundo da Mercadoria** e da generalização do valor de troca, o desenvolvimento das comunicações e a expansão da informação aprofundou e redefiniu as relações entre os lugares enquanto hierarquização espacial entre espaços dominados/dominantes, sob o comando da metrópole nacional. A extensão do capitalismo com o desenvolvimento da troca, e com ele o do mundo da mercadoria (de sua lógica, linguagem), estendendo-se ao mundo inteiro, também permitiu a generalização da propriedade privada e a submissão da vida cotidiana a sua lógica capturando os momentos, cultura e tradições da vida tanto na cidade quanto no campo, aproximando-os cada vez mais. (CARLOS, 2004, p. 8, grifos do autor).

Esta aproximação, extensão e submissão do modo de vida originadas a partir da modernização do campo, e na tentativa de delimitar a diferença entre cidade e campo, e vida urbana e vida rural, são abordadas na empiria por duas vertentes de análise utilizadas para se estudar o campo e a cidade: a dicotômica e o *continuum*. De acordo com Rosa e Ferreira (2010), na primeira o campo se opõe à cidade, ao passo que para a segunda a industrialização seria o elemento que aproximaria o campo da realidade urbana discutidas anteriormente.

⁸ Essa expressão é utilizada no Brasil para designar grandes propriedades modernas que se dedicam à monocultura com o emprego de tecnologia avançada e reduzida mão-de-obra. (MATOS, 2011, p. 109).

A segunda vertente é proposta por Souza (2010), Oliveira (2004) Rosa; Ferreira (2012) como um *continuum* em evolução do meio urbano ao meio rural. O conceito foi utilizado primeiramente em meados de 1930:

[...] o conceito *continuum* foi inicialmente utilizado pelo antropólogo norte-americano Robert Redfield (em meados de 1930), ao realizar estudos etnográficos em grupos específicos no México. Segundo esse autor existiram variações e continuidades entre os espaços culturais da população urbanas e não urbanas. Com o aumento da heterogeneidade e complexificação dos grupos sociais, esse *continuum* caminharia para o urbano. Assim, a urbanização enfraqueceria os laços estabelecidos pelos grupos rurais, difundindo traços próprios da vida urbana como o aumento da individualidade e a fragmentação das comunidades. Porém, muitas críticas foram feitas ao seu modelo teórico, já que este polarizava rural e urbano, visualizando a homogeneização da sociedade e não levando em consideração a interação e os fatores históricos de cada grupo. (ROSA; FERREIRA, 2012, p. 194, grifos dos autores).

Esse processo tende ao surgimento da sociedade urbana e à modernização do campo vista como um *continuum* no processo de urbanização. Quanto à abordagem do *continuum*, esta admitiria maior integração entre cidade e campo através de diferenças de intensidades e não de contraste. O *continuum* representaria uma aproximação entre o rural e o urbano e mesmo com a aproximação de suas semelhanças, suas peculiaridades não desaparecem.

O conceito é usado para caracterizar formas de vida e de trabalho dos espaços urbanos e rurais como espaços independentes mais interligados por sua contínua homogeneização. Seria uma homogeneização dos aspectos socioculturais e econômicos da vida nesses espaços. O termo é então uma continuidade entre espaços e populações rurais e urbanas como utiliza Castells (1975):

[...] o rural e o urbano são polos opostos de um mesmo “*continuum*” em cujo seio podem constatar-se, empiricamente, situações completamente diferentes e matizadas, mas que no fim das contas possuem em comum dois traços essenciais: situam-se todas nesse “*continuum*” e evoluem todas do rural para o urbano. (CASTELLS, 1975, p. 62 apud ROSA; FERREIRA, 2010, p. 195, grifo do autor).

Nessa linha de pensamento, o significado de *continuum* é uma proposição de que não há diferenças fundamentais no modo de vida, em sua organização social e econômica seriam espaços interdependentes e espaços unos. No contínuo da linha de raciocínio, se não há uma diferença quanto ao modo e estilo de vida, existe uma tendência a eliminar um modo

de vida, no qual este seria o modo de vida rural. Assim temos como principio delimitar o modo de vida, que surge das proposições de la Blache como segue na citação.

A teoria de Vidal de la Blache concebia o homem como hóspede antigo de vários pontos da superfície terrestre, que em cada lugar se adaptou ao meio que o envolvia, criando, no relacionamento constante e cumulativo com a natureza, um acervo de técnicas, hábitos, usos e costumes que lhe permitiram utilizar os recursos naturais disponíveis. A este conjunto de técnicas e costumes, construído e passado socialmente, Vidal denominou de “gênero de vida”, ao qual exprimia uma relação entre a população e os recursos, uma situação de equilíbrio, construída historicamente pelas sociedades. (SANTOS, 1996, p. 63, grifo do autor).

O modo de vida concretiza-se através das influências que estas exercem por meio do poder de suas instituições, personalidades e concepções culturais, expandido ou transformando através de instrumentos de comunicação e transporte. A vida no campo é marcada por uma relação próxima à natureza, da valorização da comunidade, da família e da religião que exerce características importantes ao seu modo de vida rural. Mas à medida que a industrialização adentra o campo, corrói a estrutura social dentro das comunidades. À medida que o campo urbaniza leva consigo marcas das urbanidades e ao mesmo tempo seu modo de vida.

[...] Pois temos um penetração massiva do modo de vida urbano, e aqui não nos referimos a qualidade de vida ou aquisição de bens de consumo ou acesso a determinados serviços, como TV a cabo ou internet, mas sim, da maneira de viver urbana, com atividades urbanas, sem predomínio da dedicação às tarefas relacionadas com a agricultura. (TAVARES SILVA, 2012, p. 79).

Esses espaços, culturalmente definidos, passam pelo processo de reorganização e adaptação ao modelo de desenvolvimento adotado pelo modo de produção. Para Bagli (2010), a inserção no mercado de consumo tem construído hábitos comuns. A possibilidade de adquirir determinados produtos e serviços aproxima a realidades que outrora eram bem contrastante. Mercadorias são adquiridas por moradores do campo e da cidade, seja para suprir necessidades, divertir ou simplesmente enfeitar. Assim, conforme Matos (2011), novas relações cidade/campo se perpassam mediante a essa reorganização de produção.

A modernização da agricultura não modificou apenas o espaço rural, mas também o espaço urbano. A modernização da agricultura tem acabado gradativamente com a separação entre a cidade e o campo, o rural e o urbano, unificando-os em uma unidade dialética, no processo produtivo, no

processo de luta por melhores salários e preços para os produtos agrícolas e, principalmente, na luta pela Reforma Agrária. (MATOS, 2011, p. 84).

A transformação dialética entre cidade-campo, ocasionada nas últimas décadas, incentivando o próprio consumo, tornou-se hábito comum nos espaços rurais e urbanos, características importantes para a análise de que o rural brasileiro está metamorfoseando com essa aproximação entre cidade-campo originadas pela globalização mundial.

3.2 O novo rural brasileiro: as transformações impostas pela revolução tecnológica

Após a década de 1970, o campo tem passado por transformações significativas. Essas mudanças são relativas ao projeto governamental de modernização do campo, de forma desigual pelas políticas públicas. Matos (2011) discorre que nas áreas atingidas pela agricultura moderna ocorre uma reestruturação produtiva a partir de novos métodos de produção e novas culturas. Consequentemente, culturas da tradição local perdem importância no cenário da produção, uma vez que há substituição das culturas, que nesse caso essas mudanças ocorreram diante da transformação do campo brasileiro a partir da década de 1990, e como expõe Rua (2005):

[...] as mudanças no modelo produtivo e organizacional no campo compõem transformações mais amplas na sociedade brasileira (por sua vez integradas a alterações sentidas em escala global) que marcam as últimas duas décadas. Define-se uma lógica capitalista em que novas representações do espaço emergem e vão ser difundidas como “um novo rural”. Na verdade são novas imagens, novos sentidos para o espaço rural que mantêm a visão produtivista, até agora dominante, mas que se traduzem em novos qualificativos para outras relações entre o espaço urbano e o rural e entre a cidade e o campo. Estas novas relações remetem para uma outra conceituação de urbano e rural, mas também de agrícola. Rural torna-se, cada vez mais, diferente de agrícola. Ao mesmo tempo, distingue-se cidade e urbano explicitando a crescente complexidade que marca tais relações. Rural e urbano integram-se mas sem se tornarem a mesma coisa, preservam suas especificidades. (RUA, 2005, p. 48, grifo do autor).

Dessa forma, busca-se compreender esse novo rural brasileiro imposto pela revolução tecnológica a partir da leitura do espaço, na espacialização dos produtos tecnológicos incentivados pela tecnologia industrial e comercial. Ao falarmos de espaço, seja ele urbano ou rural, é sempre necessário reforçarmos que estes apresentam especificidade, sua construção ocorre em períodos históricos, decorrentes da construção história, mudanças, diversificação e a modernização. É preciso estar atento que a diferença entre rural e urbano

está nas relações sociais que se estabelecem em cada espaço. E a inserção de novos elementos resulta na transformação histórica no espaço.

Essa inserção de novos elementos que transforma o espaço é para Oliveira Neto (2010) em consequência do aumento das relações de trocas e na utilização do dinheiro como meio de comercialização da mercadoria. Esses elementos adquiridos através da comercialização acelera a absorção de maneiras urbanas de se comportar, pensar, sonhar, idealizar e introduzir, conseqüentemente, nos indivíduos da região, gerando uma série de novas necessidades: amplia-se a capacidade de comunicar, ler, escrever, locomover-se com mais rapidez, guardar alimentos frescos, comprar com dinheiro ou crédito, adaptar ao horário mecânico do relógio, dentre muitos outros itens que poderiam aqui ser relacionados.

Para Endlich (2010), as transformações produzidas nas comunidades rurais são marcadas pela proposição ou imposição, ao homem rústico, de certos traços de cultura material e não material. Impõem, por exemplo, novo ritmo de trabalho, novas relações ecológicas, certos bens manufaturados, racionalização do orçamento, abandono das crenças tradicionais, individualização do trabalho e, finalmente passagem a vida urbana.

Seguindo o mesmo raciocínio, Endlich (2010) ressalta que estes espaços são marcados pela tradição cultural nos momentos de ócio, e institui-se uma nova caracterização que foi denominada: de o novo rural no Brasil. Completando a ideia desse novo rural Rua (2006) expõe:

[...] as mudanças no modelo produtivo e organizacional no campo compõem transformações mais amplas na sociedade brasileira (por sua vez integradas a alterações sentidas em escala global) que marcam as últimas duas décadas. Define-se uma lógica capitalista em que novas representações do espaço emergem e vão ser difundidas como “um novo rural”. Na verdade são novas imagens, novos sentidos para o espaço rural que mantêm a visão produtivista, até agora dominante, mas que se traduzem em novos qualificativos para outras relações entre o espaço urbano e o rural e entre a cidade e o campo. (RUA, 2006, p. 85, grifo do autor).

Sobre esta discussão quanto ao novo rural, é importante destacar o debate empreendido por Graziano da Silva e Del Grossi na década de 1990:

[...] esse "Novo Rural" como vem sendo denominado, pode ser também resumido em três grandes grupos de atividades: a) uma agropecuária moderna, baseada em *commodities* e intimamente ligada às agroindústrias; b) um conjunto de atividades não-agrícolas, ligadas à moradia, ao lazer e a várias atividades industriais e de prestação de serviços; c) um conjunto de "novas" atividades agropecuárias, localizadas em nichos especiais de mercados. O termo "novas" foi colocado entre aspas porque muitas dessas atividades, na verdade, são seculares no país, mas não tinham até recentemente importância econômica. Tal valorização também ocorre com

as atividades rurais não-agrícolas derivadas da crescente urbanização do meio rural (moradia, turismo, lazer e prestação de serviços) e com as atividades decorrentes da preservação do meio ambiente, além de um outro conjunto de busca de "nichos de mercado" muito específicos para sua inserção econômica. (GRAZIANO DA SILVA; DEL GROSSI, [199-] p.171-172, grifos dos autores).

Essa denominação institui-se uma nova realidade de interação de espaços rurais com os espaços urbanos, principalmente pelas transformações do espaço rural, com a inserção das urbanidades.

O campo é hoje espaço de riqueza e de pobreza, de luta pela terra e dos grandes latifundiários, dos agrobusiness e da pequena produção, de produção e moradia, do trabalho e do lazer. Porém alguns estudos não levam em consideração esse fato e tendem a aproximar unicamente do ponto de vista econômico a relação que se estabelece entre o campo e a cidade, no sentido de que as transformações estariam homogeneizando-os, não se falando mais em rural, mas em "novo rural", em "rururbano". (ROSA; FERREIRA 2010, p. 191, grifos dos autores).

Ao trabalhar a inserção de costumes urbanos no meio rural, Lefebvre (2001) escreve observando o valor urbano originados nas cidades que avançam sobre o campo, e a vida urbana penetra na vida camponesa, incluindo elementos tradicionais. Na mesma linha de raciocínio reforçando os argumentos discorridos Azevedo (1962) ressalta que à medida que o automóvel e outros meios de transportes, as boas estradas, o cinema, o rádio e a televisão alcançaram a população rural, e por ela se difundem, esses instrumentos de penetração dinâmica ainda não são compreendidos em toda a sua potencialidade. Essa participação tende a crescer em algumas regiões, devido aos trabalhadores do campo e suas famílias se inserirem na vida econômica e social do centro urbano, seja ele grande ou pequeno. Outros fatores têm contribuído, em graus variáveis, para produzir mudanças nos sistemas de relação e no modo de vida dessas comunidades, eliminando algumas e reduzindo muitas das diferenças que separam a população rural da população urbana.

Esse novo rural é característico da globalização, pois é um fator preponderante na articulação entre cidade e campo, facilitado pela expansão da malha rodoviária, o acesso aos meios de comunicação, tais como a TV, a internet e o telefone celular que trouxeram a possibilidade de estar onde não se pode ir, e ao mesmo tempo estar em vários lugares ao mesmo momento, como podemos observar na lúcida posição de Padilha (2006):

[...] ligar a tevê e ter o mundo todo dentro da casa, sabendo em poucos minutos o que acabou de acontecer no Japão, em Israel e nos Estados Unidos; pressionar um pequeno botão de um telefone celular e comunicar-se ao vivo com alguém do outro lado do mundo; conectar-se à internet por meio de alguns simples comandos e ter acesso a todas as bibliotecas, lojas, faculdades e museus do mundo, ou comunicar-se em tempo real com alguém de outro continente; produzir um automóvel com robôs autômatos, cujas partes foram fabricadas em outro país; fazer compras num supermercado, cujos produtos são identificados por códigos de barras, e pagar com um cartão magnético; pegar um avião em São Paulo e chegar a Paris percorrendo milhares de quilômetros sobre o oceano Atlântico em poucas horas; realizar um transplante de coração: consultar um catálogo de opções de um banco de esperma e escolher o tipo físico e intelectual de um bebê. (PADILHA, 2006, p. 17).

Essa imposição de códigos, signos e informações que nos são postas, eram bem mais lentas no campo, mas conforme podemos observar nas considerações de Bagli (2010) insere ao debate informando que outrora as mercadorias chegavam de forma bem mais lenta nos espaços rurais. Contudo, com a difusão dos meios de comunicação e o estreitamento das relações entre campo e cidade, o mundo da mercadoria invadiu os espaços rurais. A lógica expansiva do modo de produção incorporou os espaços mais distantes via consumo. O uso dos aparatos tecnológicos para a realização de tarefas domésticas se amplia a cada dia, tanto nos espaços urbanos, quanto nos rurais. Pessoas de realidades próximas ou distantes têm a possibilidade de assistir a mesma programação na televisão ou conversar pelo telefone ou pela internet graças ao desenvolvimento tecnológico.

Em meio a esse desenvolvimento o grande difusor tecnológico foi, sem dúvida, a televisão. Como expõe Leitão (2007), em 1956, havia apenas 200 mil aparelhos de televisão no Brasil, boa parte importados dos EUA. Em 1971, já se fabricavam e vendiam 900 mil televisores ao ano, os quais, em 1998, somariam 38 milhões em todo país. O veículo ocuparia, aos poucos, o posto que estivera reservado ao rádio, interferindo inclusive nos costumes e atividades de lazer de vastos segmentos da população, que pouco a pouco, trocava as cadeiras nas calçadas pela audiência atenta de novelas e do noticiário noturno. Primeiro, o Repórter Esso na TV Tupi e Emissoras associadas (controladas pelo legendário Assis Chateaudian, o Chatô), mais tarde, o Jornal Nacional, na Rede Globo (empresa criada exatamente um ano após o golpe militar, em 1965, com notório apoio financeiro do grupo Time – Life) (LEITÃO, 2007).

Ainda em relação ao papel dos meios de comunicação, Sposito (2010) mostra que o telefone, a televisão e a internet, para citar os meios de comunicação mais importantes, são formas de comunicação que oferecem a possibilidade de integração espacial, sem

contiguidade ou proximidade territorial. Comunicar-se por esses meios significa colocar em relações pontos distantes de uma mesma cidade e cidade diferentes, de escala regional a mundial. A essas transformações decorrentes com a expansão dos meios de comunicação expande-se a necessidade, conseqüentemente, criando novos desejos e hábitos comuns.

Nesta concepção, Saquet (2010) ressalta que a forma de vida urbana extrapola a cidade, historicamente, e o urbano e o rural interligam-se. O rural atinge o urbano e este, aquele, em um processo lento de expansão urbana. Comportamentos rurais são deixados para trás em nome do progresso. Se existe um novo rural, este é produto de suas relações com o urbano, ou seja, há mudanças no rural: um pouco mais de conforto (telefone, eletrificação, estradas calçadas), mais complexidade em relações sociais, no e com o território. Porém, são mudanças que contêm o velho. Lentamente, a satisfação de necessidades complexifica-se, aumentando a demanda por bens e serviços que propiciam maior comodidade na vida cotidiana, à medida que se inserem cada vez mais no mercado, que cria desejos, necessidades sempre renovadas, econômicas, políticas e culturais. De acordo com o autor,

o surgimento de novos meios de comunicação de massa, como a própria televisão, não só contribui para a crescente globalização das relações culturais, como também estimula a vinda dos modernos bens de consumo fabricados no subcontinente (automóveis, eletrodomésticos, etc). (LEITÃO, 2007, p.15).

Diante da necessidade imposta pelos meios de comunicação, os modernos bens de consumo incorporam os espaços, e Oliveira Neto (2010) discorre bem a ideia ao dizer que essas transformações no rural brasileiro são características ao incremento das forças produtivas capitalistas, fundamentais para que populações de todos os lugares, por mais isolados e distantes que estivessem, incorporassem ideias consumista modernas, cada vez mais condizentes a relação entre cidade e campo. Nesse mesmo raciocínio, Monte-Mor (2004) mostra que:

[...] do ponto de vista do consumo, significou estender as condições para o consumo de bens duráveis (fordistas) ao espaço nacional de forma a viabilizar o parque industrial que se montava. Ou seja, para se consumir automóveis, era preciso existir estradas asfaltadas, ruas calçadas e estacionamentos; para se consumir televisores e o conjunto de eletrodomésticos agora produzido no Brasil era preciso estender redes de eletrificação, telefonia, serviços de reparos, entre outros; para consumir máquinas de lavar era necessário dispor pelo menos de água encanada, mesmo que faltasse a rede de esgoto. (MONTE-MÓR, 2004, p. 13).

A reorganização para que o campo receba as novas tecnologias transmite modelos de comportamentos que nos induzem ao consumo, subordina a cultura, interfere a vida cotidiana transformando todas as relações culturais estabelecidas ao longo da construção histórica, impondo uma cultura individualista, não pensante e compulsiva. O campo acaba recebendo influências da cidade e do modo de vida urbano, ou seja, a vida rural levará a marca do urbano, à medida que sofre influência das cidades através do contato, da comunicação e pelos investimentos efetuados por agentes urbanos no campo, da mesma forma que esse contato faz com que os cidadãos adquiram hábitos estritamente rurais, como podemos observar pelo pensamento de CandiOTTO e Corrêa (2008):

[...] de modo geral, as ruralidades seriam compostas por objetos e ações características do rural, e fariam parte da identidade da população de origem rural, enquanto as urbanidades corresponderiam a objetos e práticas de caráter urbano que permeiam o modo de vida da população rural, mas que estão, majoritariamente, presentes nos indivíduos residentes nas cidades. Todavia, assim como o espaço urbano e rural estão imbricados, o mesmo acontece com as ruralidades e urbanidades. Além da existência de atores, objetos técnicos e ações de caráter urbano no meio rural, existem atores, ações e objetos técnicos característicos do rural (com origem rural ou industrial-urbana), que se propagam nas cidades (estilos country, músicas, festas, hortas). (CANDIOTTO, CORRÊA, 2008, p. 214).

Esses elementos são originados através do contato dos moradores facilitados pela extensão da malha rodoviária, dos investimentos na comunicação meios de comunicações, dos investimentos dos grandes produtores no campo, que junto a esses avanços traz no bojo do desenvolvimento o modo de vida urbano, ou seja, a vida rural levará a marca da urbanidade.

3.3 As urbanidades no rural: inserção ou imposição?

A proposta pretendida surge da dialética entre pesquisas que seguem caminhos distintos, expressos por Rosa e Ferreira (2010) ao dizerem que existem, de um lado, os pesquisadores que repensam a relação cidade-campo na tentativa de resgatar a importância do rural, enquanto forma particular de vida e de organização social, e se opondo há essa vertente, as que consideram o urbano como um processo complexo que estariam presentes nos mais diversos espaços sociais, os quais tenderiam a se homogeneizar. A homogeneização desses espaços, imbricado de elementos urbanos, inseridos no campo são denominado de urbanidades no rural, conceito a ser discutido neste tópico.

O adentrar dos valores urbanos impostos pelo *continuum* da cidade no campo, impõem valores urbanos sobre o campo, penetra, desapropria os valores das culturas tradicionais. As alterações originadas pelo modo de produção capitalista inserem modelos na imposição de elementos, símbolos e signos que interfere, aliena e desapropria valores que começa a fazer parte em seu cotidiano.

De acordo com Rua (2002, p. 41), “as urbanidades são constituídas por uma enorme gama de manifestações que vão desde a melhoria da infraestrutura e dos meios de comunicação até a aposentadoria e novas formas de lazer.” Por consequência, tais objetos e ações urbanos modificam a percepção da população rural, suas representações, podendo também alterar sua identidade rural.

O termo urbanidades no rural para Rua (2005) seriam todas as manifestações do urbano em áreas rurais, ou seja, as recentes manifestações do mundo rural que, antes eram peculiares ao mundo urbano, podem ser denominadas de “urbanidades do rural” (industrialização do (e no) campo e a própria agricultura), as quais denotam a presença do urbano no campo, sem que essa presença leve a eliminação das marcas próprias a cada espacialidade (urbana e rural). Algumas dessas manifestações recentes ao mundo rural são expostas pelo autor. Segundo Rua (2005),

Desaparece o tradicional corte rural/urbano; a pluriatividade, que mescla atividades não-agrícolas (a maioria de “caráter” urbano) e agrícolas no espaço rural; a diminuição do tempo necessário para o trabalho agrícola (mecanização etc), que podem levar o agricultor à dedicação parcial à agricultura, podendo incorporar outras fontes de renda ao orçamento familiar; políticas de redução das áreas cultivadas, onde tecnologias são incorporadas - área menor com mais produtividade; novas atividades surgem no campo, antes exclusivas da cidade; a localização de fábricas no campo: a difusão de trabalho industrial no campo (trabalho a domicílio); a unidade familiar tornando-se cada vez mais distinta da unidade de produção e marcando o momento presente do mercado de trabalho rural. Procura-se cada vez mais trabalhar fora da unidade produtiva, quando membros da família dedicam-se à prestação de serviços (tratorista, turmeiro, frentista, comerciante, bancário, veterinário, piloto agrícola etc); estabelece-se uma estratégia de não-fragmentação da terra, aceita por alguns membros da família, em troca de outras vantagens (estudo, liberação para trabalhar na cidade, por exemplo). (RUA, 2006, p. 85, grifo do autor).

Essas alterações acentuadas pelo capitalismo fizeram com que o campo se modificasse, e este submetido à lógica capitalista, a supremacia do valor de troca sobre o de uso, cria novas complementaridades nas relações cotidianas e pelos valores culturais expressos pela própria sociedade no campo. Restringe as práticas sociais no campo, alterando

seu modo de vida e de produção dos que lá residem, envolvendo-os nos interesses dominantes. Assim a uma relação intrínseca do mundo rural no urbano, como do mundo urbano no rural, incentivados pela difusão dos meios de comunicações, como é expresso no pensamento de CandiOTTO e Corrêa:

[...] além da população rural possuir nas ruralidades (que vão se modificando a partir da relação desta com as técnicas e com o urbano), a população urbana também acaba apresentando ruralidades, estas ligadas ao seu interesse pelo rural. As ruralidades dos urbanos podem ser profundamente idealizadas pela mídia e por atores interessados no rural como mercadoria, vendendo a ideia de rural como natureza e como espaço de vida mais saudável. Da mesma forma, a mídia tem forte influência nas urbanidades dos rurais, isto é, na incorporação de valores urbanos pela população rural, seja por meio da TV (novelas, telejornais etc.), da internet ou do *marketing*. (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008, p. 234, grifo dos autores).

Esses modelos centrados no desenvolvimento capitalista no urbano é para Rua (2006) a imposição de símbolos, códigos e signos territorializados tanto ao rural quanto no urbano, tendo seus papéis alterados pelos atores produtores dessa espacialidade, redefinindo suas identidades conforme o processo social. Todavia não se pode entender a ruralidade somente a partir da penetração do mundo urbano-industrial no rural, mas também do consumo pela sociedade urbano-industrial, de bens simbólicos e de práticas culturais reconhecidas como próprias da sociedade urbana.

A esses elementos integrados ao novo modo de vida e de consumo tem-se a difusão de um padrão de gostos, valores, de vida cada vez mais igual, onde o padrão de vida urbano estaria adentrando o espaço rural, articulando ideias e pessoas, hábitos, transformando a paisagem dos lugares, e costumes, reestruturando a vida cotidiana. Todos esses hábitos, símbolos, signos e códigos são incentivados pela lógica capitalista, fruto da expansão da sociedade para áreas urbanas como alternativa ao emprego, a concentração do dinheiro, consumo de determinadas mercadorias são influenciadas pela televisão, que originam as informações para consumo, processando mudança nas paisagens rurais.

Assim, Oliveira (2007) reforça as informações. O consumo derivados de outros meios diferentes do rural, carregados de signos e símbolos processa mudanças que são externadas na paisagem, e nisso incluem-se, os próprios indivíduos representando os anseios da sociedade. Dessa forma, o desenvolvimento desses contextos possibilitam circunstâncias capazes de produzir interferências no modo de vida dos indivíduos que nelas convivem, habitam e interagem e que se manifestam nos costumes das paisagens e na ocupação do

espaço. Esses entrelaçamentos de costumes no cotidiano dos indivíduos rurais propicia o surgimento de novos hábitos, de mudanças comportamentais.

O contato do ir e vir, aliada aos meios de comunicação, faz com que a cultura de massa incorpore valores culturais, morais naquela população que resiste ao processo de expulsão de suas terras. Incentiva o valor de uso, do consumo ao ritmo adotado ao modo de vida ao urbano. Conforme Souza; Corrêa e Garcia (2008) as práticas e o comportamento das comunidades são modificados, mas o rural não perde suas particularidades. Ao contrário, algumas características próprias ao campo, como por exemplo, as atividades culturais, estão sendo valorizadas, reinterpretadas e consumidas pela população urbana.

As urbanidades, constituídas por uma variedade de elementos vinculados ao processo produtivo, carregam e fazem dar continuidade ao uso, propriedades que influenciam comportamentos e passam a fazer parte do meio rural sendo disseminados principalmente pelos meios de comunicação.

Os meios de comunicação cada vez mais intensos e condutores comportamentais da sociedade hegemônicas interligam-se e interagem com as mais recônditas regiões e levam consigo, atrelados aos processos produtivos, uma gama de informações e ao mesmo tempo recolhem, armazenam, estudam, processam, readaptam o que é do seu interesse, desenvolvem formatos que facilitam o controle e redistribuem para os diversos lugares. Esses processos, aparentemente, criam uma via de mão dupla ente o rural e o urbano onde manifestações de um e de outro ocorrem e se desenvolvem no meio social, materializado por uma infinidade de tipos. Entre esses pode-se citar a música, vestuários, alimentos, aparelhos domésticos, veículos, meios de produção etc. (OLIVEIRA, 2007, p. 20-21).

A influência marcante dos meios de comunicação como o uso da televisão, do rádio e em menor escala o uso da internet é facilmente perceptível. Esses meios de comunicação trazem informações de elementos que são capazes de induzir as pessoas do meio rural a tipos de comportamento nada usual do seu cotidiano, principalmente jovens que residem no rural. Esses jovens tendem a adotar o uso de produtos eletroeletrônicos, tais como tablets, notebook, Ipod, Ipad, Iphone, Smarthfone, o uso de roupas e acessórios de grifes, como meio de se inserir e pertencer a uma sociedade moderna. Ao observar a fabricação desses eletrônicos, todos têm origem estrangeira, concretizando que somos influenciados por tudo que nos denominam como a *última geração*. O termo *última geração* foi utilizado de acordo com argumentos capitalistas de produtos eletrônicos modernos/lançamento e roupas com tendências de acordo com as quatro estações do ano.

Oliveira (2007) explica que tais situações se devem à criação de estereótipos que infundem o pressuposto de que as pessoas que não aderem às novas informações e tecnologias passam a ser desconectadas do modismo e do conhecimento, provocando o desejo de mudanças nos hábitos, nas atividades produtivas e na busca da realização das fantasias incutidas constantemente pelos meios de comunicação.

Os signos e símbolos transmitidos pelos meios de comunicação, são rápidos e com um fluxo de informações estabelecido pelo poder do capital, e do aprimoramento do marketing que conduz a maior probabilidade de aceitação. As áreas rurais preexistentes e tradicionais são afetadas pela fronteira capitalista, através das ações e objetivos carregados pelo uso do marketing, a fim de introduzir e orientar novos costumes e hábitos, influenciando e produzindo mudanças de tal modo que as façam atender as novas relações produzidas em redes sociais nas mais diversas escalas geográficas. Para o desenvolvimento das forças produtivas capitalistas, era fundamental também que as populações de todos os lugares, por mais isolados que estivessem, incorporassem ideias modernas, cada vez mais condizentes com a distinção entre cidade e campo (OLIVEIRA NETO, 2010).

Diante da incorporação de novos hábitos, valores e comportamentos proporcionado pela difusão da televisão e incentivadas pelo marketing, são decorrentes das novas relações cidade – campo, e novas interações sociais dos indivíduos como é colocado por Oliveira (2007):

[...] as urbanidades influenciam o comportamento das pessoas nas áreas rurais, na forma de mudanças dos hábitos diários, quando costumes passam a ser adotado, transformando o tempo e o espaço podendo aproximar ou distanciar as relações familiares, sociais e de trabalho. Estabelecer comunicação, via internet, com um mundo de informações, de criar necessidades de consumo, de acompanhar os costumes das cidades, na música, no vestuário, de alterar os hábitos alimentares, promovendo um gama de ações e representações simbólicas trazidas dos mais distantes recantos do mundo. (OLIVEIRA, 2007, p. 75).

Além desse modo de inserção das urbanidades Souza; Corrêa e Garcia (2008) e Oliveira (2007) mostram que outros elementos das urbanidades são transportados para o espaço rural, desta vez por pessoas vindas de cidades, onde pode ser incluída uma parcela de antigos moradores que retornam à sua origem aos fins de semana. Esses novos personagens tornam-se fatores de importância para as mudanças nas paisagens dos espaços, que são traduzidas pela aquisição de parcelas de terra, transformando-as em sítios de lazer, pousadas, bares, restaurantes e hotéis. Proporcionam a entrada de recursos financeiros, trazendo outro

contingente de pessoas para visitas de fins de semanas e período de férias, ou mesmo uma segunda moradia.

Esse contato de mão dupla entre espaços é processual, a cultura local passa a ser influenciado pelas urbanidades, seja na forma de vestir, falar, de alimentar, comunicar, do jeito de ser, na adaptação ou extinção das festas, das lendas folclóricas, das músicas raízes, principalmente pela inserção do sertanejo universitário promove uma massificação de valores que passam a integrar essa nova realidade do rural. Mas, de acordo com Oliveira (2007) esses novos fatores poderão também ressaltar a vida no campo:

[...] a reafirmação do rural, ao propiciar o resgate de antigas tradições, que passam a ser valorizadas pelo que elas representam como atrativos para visitantes. Redescobrem-se as riquezas dos folclores, dos artesanatos, das indústrias caseiras, dos cultivos alternativos aos métodos tradicionais, das ervas e suas aplicações, das comidas típicas, restaurações de antigas construções etc. (OLIVEIRA, 2007, p. 28).

Outros fatores que também devem ser ressaltados na vida no campo são os recentes empreendimentos imobiliários que vêm utilizando argumentos de valorização do verde, o exaustivo ritmo de vida urbano, o tempo veloz e aos problemas ambientais. São características negativas do urbano e argumentos utilizados pelo discurso capitalista. No que se refere ao espaço rural, a relação é mais próxima e recíproca com a natureza, o estilo de vida é lento, e o que era considerado bucólico torna se peça atrativa nos grandes empreendimentos das grandes regiões metropolitanas. O rural torna-se a alternativa ao refúgio da vida agitada e corrida, a tranquilidade e segurança, que não seriam mais oferecidas nas grandes cidades, são alguns argumentos da valorização do empreendimento e elevação do meio rural.

As transformações no novo rural trazem aos moradores locais consequências negativas, como a perda gradativa da identidade. Os símbolos da cultura local são sucumbidos pelos novos símbolos citadinos, e essa inserção de novos elementos tende a homogeneização destes espaços, atribuindo características pertencentes ao mundo urbano, sujeitando uma reorganização sociocultural local.

Para Oliveira (2007), imaginar um novo rural passa pelo rompimento de regras, normas e tecnologias ditadas pela racionalidade imposta pelo mundo do capital. Racionalidade que busca homogeneizar as formas de produção, dominar os meios de comercialização e induzir ao uso das tecnologias e informações. Esses atributos são apresentados sob o símbolo da modernidade, mas invariavelmente são derivantes das formas criadas e desenvolvidas para o atendimento ao sistema de acumulação da riqueza e do capital

monopolizador do consumo e da produção, conforme mostra Lefebvre (2001 apud MIRANDA, 2011),

[...] trazidas pelo tecido urbano, a sociedade e a vida urbana penetram nos campos. Semelhante modo de viver comporta sistemas de objetos e sistemas de valores. Os mais conhecidos dentre os elementos do sistema urbano de objetos são a água, a eletricidade, o gás (butano nos campos) que não deixam de se fazer acompanhar pelo carro, pela televisão, pelos utensílios de plásticos, pelo mobiliário “moderno”, o que comporta novas exigências no que diz a respeito aos “serviços”. Entre os elementos do sistema de valores, indicamos os lazeres ao modo urbano (danças, canções), os costumes, a rápida adoção de modas que vêm da cidade. E também as preocupações com a segurança, as exigências de uma previsão referente ao futuro, em suma, uma racionalidade divulgada pela cidade. (LEFEBVRE, 2001 apud MIRANDA, 2011, p. 3).

Nessa perspectiva, o campo é dinâmico, está em constante transformação e reestruturação dos elementos da cultura e a incorporação de valores, hábitos e técnicas do urbano no rural. Esses elementos geram novos padrões de consumo, modificando parâmetros, bastante distanciados dos padrões mínimos tradicionalmente estabelecidos na vida rural. Impõem certos traços da cultura material e não material, estabelece um novo ritmo de trabalho, novas relações ecológicas, individualização do trabalho, abandono das crenças tradicionais. Há uma expressiva valorização cultural na comunidade, de valores da vida e da família. O modo de produção camponesa tem como síntese a produção familiar, em especial, de alimentos para seu próprio consumo. Ou seja, não se caracteriza como mercadoria, pois por mais que a produção gerasse excedente que pode ser comercializado, não tem a finalidade comercial.

Na Comunidade Macaúba vive um grupo coeso de famílias camponesas, na qual as relações de sociabilidade é de maior intensidade nas relações interpessoais se mantêm, seja por laços de vizinhança, de amizade ou parentesco. Mas, o que chama atenção maior é o fato de se reconhecerem enquanto pertencentes daquela comunidade, da construção identitária com o espaço.

Entretanto, esta Comunidade vem passando por transformações significativas com as investidas do capital globalizado. Isto ocorre, principalmente, na área econômica, desde meados da década de 1970. O capital utiliza-se de todos os artifícios para incorporar a lógica capitalista, por meio da ideologia de reprodução e consumo do e no espaço.

No município de Catalão houve, como todo território nacional, um avanço significativo do capital sobre o campo, através da tecnificação e modernização do setor

agropecuário. Nesta municipalidade desponta, ainda, a construção de empreendimentos como hidrelétricas e a exploração mineral. O processo de territorialização do capital no campo resultou num processo contínuo de expulsão da população camponesa.

A modernização da agricultura, a construção da Hidrelétrica Serra do Facão, da Usina de Emborcação e as explorações de minerais em suas adjacências têm se constituído nas principais ameaças à expropriação destes camponeses no que se referem à sua cultura, tradições, modo de vida e pertencimento ao lugar.

Esta expansão de atividades econômicas de interesse do grande capital sobre o espaço rural do município de Catalão gerou desdobramentos socioespaciais, que acarretaram em transformações na vida do campo e das cidades. Na Comunidade Macaúba, por exemplo, à medida que as atividades foram ocupando espaços pertencentes a ela, houve uma progressiva redução dos agricultores camponeses na Comunidade.

Outro fator relevante que deve ser considerado é a acessibilidade entre a Comunidade e a cidade de Catalão. O contato do ir e vir, aliada aos meios de comunicação, faz com que a cultura de massa incorpore valores culturais, morais naquela população que resiste ao processo de expulsão de suas terras. Incentiva o valor de uso, do consumo ao ritmo adotado ao modo da cidade.

Por mais que haja este duplo processo de expansão capitalista, de um lado, e de aproximação com o modo de vida urbano, por outro, a Comunidade ainda representa um espaço de resistência, na qual as características socioeconômicas, culturais e políticas revelam que a população, ali residente, procura manter uma identidade com o lugar. Porém as urbanidades se fazem presentes, especialmente pelo meio técnico-científico e informacional.

A influência marcante dos meios de comunicação como o uso da televisão, do rádio e em menor escala o uso da internet é facilmente perceptível, onde estiveram presentes em grande parte das residências dos moradores, como será apresentado na última seção. Estes trazem informações de elementos que são capazes de induzir as pessoas do meio rural a tipos de comportamento nada usual do seu cotidiano, principalmente jovens que residem no rural. Os signos, os símbolos se deslocam pelos meios de comunicação cada vez mais rápidos e com um fluxo de informações estabelecido pelo poder do capital. As áreas rurais preexistentes e tradicionais são afetadas pela fronteira capitalista, através das ações e objetivos carregados pelo uso do marketing, a fim de introduzir e orientar novos costumes e hábitos, influenciando e produzindo mudanças de tal modo que as façam atender as novas relações produzidas em redes sociais nas mais diversas escalas geográficas.

Desse modo, a efetividade da malha rodoviária, os meios de transporte e os meios de

comunicação são fatores que possibilitaram o estabelecimento de novas relações e o contato com outras realidades e mercadorias. O contato do ir e do vir dos moradores à cidade, e aos que buscam no campo a segunda morada, passeio nos finais de semana, possibilitou a imposição de comportamentos, incorporando valores culturais, morais na população que resiste ao processo de expulsão de suas terras e incentivando o valor de uso e de troca, o consumo, e ao ritmo adotado do modo de vida urbano.

Assim, o contato com o modo de vida urbana tem influenciado nos anseios, nos desejos, emoções, hábitos, usos e costumes na Comunidade Macaúba. Transforma hábitos de vida e, em consequência, tende a modificar as relações entre os indivíduos e deles como o meio em que vivem, instituindo um processo de vida em construção. Apesar de serem rurais conforme são considerados pelos órgãos e instituições oficiais e pelos vários aspectos do rural e do agrário que vivenciam observa-se a reprodução de valores e práticas característicos da vida urbana.

Nesse sentido, apresentaremos na seção 4 as práticas características do modo de vida urbano da sociedade do consumo que são reordenadas, a partir da década de 1970, quando a organização do campo brasileiro impõe uma vida dinâmica, baseada no consumo, e modifica de forma significativa as relações sociais dos indivíduos, através de comportamentos, distanciamento e compulsividade. Diversos produtos se tornam acessíveis a uma maior parcela da população brasileira, como por exemplo a TV, os eletrodomésticos e automóveis. A grande massa começou a ter acesso a uma gama de eletroeletrônicos antes destinadas apenas à elite da sociedade. Em meio aos fatos, surgem as novas estratégias de marketing para alcançar todas as camadas socioculturais. A circulação rápida de mercadorias se inicia e a obsolescência funcional começa a fazer parte do cotidiano moderno, produzem desejos e anseios que estimulam a individualização do sujeito através da compra incentivada pelo hiperconsumo, a inserção da sociedade do consumo.

4 A SOCIEDADE DE CONSUMO: notas musicais que regem a vida humana

4.1 Sociedade do consumo: necessidades e desejos

A expressão sociedade do consumo tem origem a partir de 1920, e se popularizou entre as décadas de 50 e 60 do mesmo século. A discussão que permeia sobre a sociedade do consumo, de acordo com Padilha (2006), parte de alguns autores com um referencial marxista, onde esta linha de estudo critica o capitalismo e o consumo como fatores da alienação humana. E de outra vertente, autores que partem da crítica aos marxistas de forma a fazer um elogio a essa sociedade do consumo, defendem a teoria da satisfação das necessidades e a favorecimento da autonomia do indivíduo. Outros concordam com a análise marxista, porém dizem que o consumo seria democraticamente comum a todos, e consideram exagero falar que os consumidores são seres passivos facilmente dominados pela publicidade, ou seja, alienados. Mas é na publicidade, e em parte da literatura sobre o tema, que diz que o consumo está ligado à felicidade, ao prazer e à satisfação das necessidades, germinado inquietações que permeiam aos críticos.

O termo sociedade de consumo se refere a um consumo estritamente materialista e eleva o dinheiro como objeto superior à vida humana. O dinheiro na sociedade do consumo, para Padilha (2006), possui caráter de comprar tudo, de se apropriar de demais objetos sendo a única mercadoria que pode ser trocada universalmente por qualquer outra. É o elemento que define o poder das pessoas a partir do dinheiro que estas possuem. Entre seus princípios, o lema da sociedade do consumo é viver em um mundo de abundância democrática, mas que jamais fora democrático como expõe Baudrillard:

[...] a sociedade de consumo, no seu conjunto resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários, que conseguem aguentar-se com o mito da abundancia e do bem estar, e o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégios e de domínio. (BAUDRILLARD, 1969, p. 57).

A essa crítica, a citação elucidada o pensamento de Baudrillard (1969, p. 103), “todos são iguais perante os objetos enquanto valor de uso, mas não diante dos objetos enquanto signos e diferenças, que se encontram profundamente hierarquizados.” O consumo é democrático, porém o acesso aos objetos é desigual.

[...] o consumo é instituição de classe: não é só na desigualdade perante os objetos, no sentido econômico (a compra, a escolha, a prática são reguladas pelo poder de compra, enquanto o grau de instrução é função da ascendência de classe, etc.) – em suma, nem todos possuem os mesmos objetos, da mesma maneira que nem todos têm idênticas possibilidades escolares – mas de modo ainda mais profundo, há discriminação radical no sentido de que só alguns acendem à lógica autônoma e racional dos elementos do ambiente (uso funcional, organização estética, realização cultural), indivíduos esses que, para falar com propriedade, não se de, nem consomem objetos – voltando-se os outros a uma economia mágica e à valorização dos objetos como tais e de tudo o resto enquanto objetos (ideais, lazeres, saber e cultura): esta lógica feiticista constitui a ideologia do consumo. (BAUDRILLARD, 1969, p. 64-65).

Na mesma corrente de pensamento de Baudrillard (2006), a verdadeira análise da lógica social do consumo não é a apropriação individual do valor de uso dos bens e dos serviços, mas a lógica de produção desigual, onde uns têm direito a milagre e outros apenas às migalhas dos milagres. Não é a lógica da satisfação, mas a lógica da produção e manipulação dos objetos às relações sociais.

Quanto ao consumo, Padilha (2006) diz que o consumo implica uma psicologia de desejo interno, aliada à necessidade (natural ou artificial) onde forma a base do consumo, em outras palavras a psique humana encontra-se em constante oposição entre desejo e resistência ao desejo ou à força que pulsa o indivíduo à ação.

Do ponto de vista psicológico, o consumo pode ser entendido como um simples querer de coisas cujos atrativos são inerentes à sua natureza (utilidade); como um querer de coisas cujos atrativos dependam das aquisições feitas pelos outros (inveja), ou como um querer de coisas cujos atrativos são o reflexo da imagem do “eu” (desejo). Em todos os casos, o consumo passa pela relação entre o querer e a possibilidade de possuir algo. (PADILHA, 2006, p. 85, grifo do autor).

Para Baudrillard (1969) o consumo é definido como exclusivo ao prazer, onde o prazer deixa de aparecer como finalidade e fim racional, revelando-se como racionalização individual de um processo cujos fins se encontram noutra parte. O prazer sente-se em função de si mesmo, mas quando se consome, nunca é isoladamente que se consome (eis a ilusão do consumidor, cuidadosamente alimentada por todo o discurso ideológico acerca do consumo), os consumidores se encontram todos imbricados num sistema generalizado de troca e de produção alimentado pela inserção de novos produtos e tecnologias.

O crescimento é acompanhado pela introdução constante de novos produtos à medida que a elevação dos rendimentos alarga as possibilidades de

consumo. A subida dos rendimentos conduz ao melhoramento progressivo da qualidade, quanto mais se ganha, mais e melhor se deseja. (BAUDRILLARD, 1969, p. 68).

Na mesma corrente teórica, Baudrillard (1969) expõe que as condutas de consumo, orientadas para o objeto que nos proporciona prazer, corresponde a realidades e a finalidades diferentes. Sua função individual não é de interesse dos objetos, mas sim da função de troca, de comunicação dos valores através do conjunto de signos. O consumo reside no fato de ela não ser função do prazer, mas função de produção. Portanto, não é individual, mas imediata e coletiva, pois o marketing utilizará suas estratégias para que ocorra a disseminação dos desejos expostos pelos objetos, e assim o consumo surge como sistema que assegura a ordenação dos signos e a integração do grupo, constitui os valores ideológicos e um sistema de comunicação e estrutura de permuta.

O consumo em nossa sociedade torna-se comum que não percebemos o quanto somos consumistas. Consumimos para sermos vistos, ou apenas para nos sentirmos incluso em uma determinada classe social, como expõe Bauman (2008):

[...] aparentemente, o consumo é algo banal, até mesmo trivial. É uma atividade que fazemos todos os dias, por vezes de maneira festiva, ao organizar um encontro com os amigos, comemorar um evento importante ou para nos recompensar por uma realização particularmente importante – mas a maioria das vezes é de modo prosaico, rotineiro, sem muito planejamento antecipado nem reconsiderações. (BAUMAN, 2008, p. 37).

Assim, o consumo torna-se algo natural, às vezes planejado em outros momentos não, espontâneo, alienante ou por impulso para nos satisfazermos em momentos ou em dias que não estamos bem conosco mesmo como mostra a análise de Lipovetsky (2006):

[...] filósofos e sociólogos interpretam a propensão para comprar como um novo ópio do povo destinado a compensar o tédio do trabalho segmentado, as falhas da mobilidade social, a infelicidade da solidão. Sofro logo compro: quanto mais isolado ou frustrado, mais o indivíduo tende a procurar consolação na felicidade imediata da compra. Sucedâneo da verdadeira vida, o consumo apenas exerce a sua influência na medida em que tem a capacidade de confundir ou adormecer, de funcionar como um paliativo dos desejos frustrados do homem moderno. [...] É o que a observação nos mostra todos os dias: compramos mais quando nos sentimos carentes; a ida às compras permitem-nos preencher um vazio, reduz o mal-estar que nos persegue. (LIPOVETSKY, 2006, p. 51).

Diante dessa questão, o consumo é uma forma de aumentar a autoestima, satisfação de desejos, ou ocupar um vazio no eu próprio. Padilha (2006) faz uma reflexão sobre a classe média e os ricos, ou seja, enquanto a classe média consome para ostentar e mostrar poder aquisitivo, os ricos procuram discrição e reserva como forma de diferenciação. Isso tem se tornado favorável em relação à unificação do modo de viver, tornando-se cada vez mais homogêneos.

E nada leva a supor uma homogeneização dos estilos de vida num futuro próximo, já que as diferenças de recursos determinam inevitavelmente profundas disparidades nas formas de consumirmos e de nos divertirmos. Mas se os estilos de vida não dão sinais de convergência, não deixa também de ser verdade que o poder organizador dos *habitus* é cada vez mais fraco. Os estilos de vida das classes perdem cada vez a sua especificidade: os ideais de bem-estar, viagens, novidades, elegância são partilhados por todos. O gosto pelas marcas e pela moda desenvolve-se entre os adolescentes de todos os grupos sociais; a paixão pelos jogos, pelos espetáculos, pela música estende-se a todas as camadas. As desigualdades econômicas agravam-se, as aspirações consumistas aproximam-se; as práticas sociais divergem, o sistema referencial é idêntico. (LIPOVETSKY, 2006, p. 98–99).

De acordo com Baudrillard (1969), a compulsão do consumo compensa a falta da realização na escala social vertical, e a aspiração consumidora, principalmente das classes baixas, seria a expressão da exigência estatutária, e a expressão do fiasco vivido diante da real exigência. Essa compulsão é resultante do modo de produção na qual estamos inseridos e que fomos educados para vivermos na atual sociedade.

Tão logo aprende a ler, ou talvez bem antes, a “dependência das compras” se estabelece nas crianças. Não há estratégias de treinamento distintas para meninos e meninas – o papel de consumidor, diferentemente do de produtor, não tem especificidade de gênero. Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação). Nessa sociedade, o consumo visto e tratado como vocação é *ao mesmo tempo* um direito e um dever humano universal que não conhece exceção. (BAUMAN, 2008, p. 73, grifos do autor).

Neste sentido Padilha (2006), descreve:

[...] pensar as relações entre publicidade/consumo/cidadania/política é fundamental, uma vez que as consequências sociais da manipulação publicitária visando sempre aumentar o consumo parecem ser bastante graves, principalmente porque os indivíduos vão paulatinamente – desde a infância – aprendendo que o mundo real é o mundo do *ter*, da mercadoria

que deve ser rapidamente destruída para que outra possa ocupar o seu lugar. (PADILHA, 2006, p. 124, grifo do autor).

Somos martirizados com o consumo desde nossa infância, e essas condutas incentivadas constituirão nos traços decisivos para a formação da personalidade de cada indivíduo. E essa personalidade é construída no decorrer de nossas vidas, de nossos desejos, anseios e de tudo que dizem estar na moda.

Cada indivíduo encontra a própria personalidade no cumprimento dos modelos sociais que são gerados numa cultura industrialmente produzida e transformados em signos de referência: usar tal roupa para parecer tal ator, usar tal cabelo para parecer tal atriz, fumar tal marca de cigarro para ter mulheres bonitas ou poder, comprar tal marca de tênis ou ter um telefone celular para ser mais bem aceito no grupo pretendido etc. Então, na “sociedade de consumo”, as relações pessoais são mediatizadas pelo sistema de signos, e fazem os indivíduos desejarem desprezar suas qualidades pessoais e sua idiosincrasia para se igualar aos outros e demonstrar adesão ao código socialmente construído. (PADILHA, 2006, p. 110, grifo do autor).

A essas condutas de consumo, de gasto, da moda e de comunicação com os outros, reforça a escolha a um determinado estilo de vida, a globalização da mercadoria é compartilhada com o mundo, e isto faz com que objetos, mercadorias e marcas tornam-se universais, e estamos todos os dias mais imbricados em copiar o estilo de vida norte americano e europeu. Neste sentido, Lipovetsky (2006) nos ressalta que a unificação mundial dos mercados e das gamas de produtos, através das marcas presentes nos cinco continentes, assentam sobre o marketing global, produtos, logotipos, slogans aguçam o imaginário internacional e mais ou menos adaptadas às especificidades locais.

[...] Certos objetos e seus significados estão, de maneira crescente, sendo compartilhados nos quatro cantos do mundo. Marcas como McDonald's, Coca-Cola, Nestlé, Nike e Toyota são identificadas e conhecidas nas grandes cidades dos Estados Unidos, da França, do Brasil, do Japão, ou mesmo nos países do Oriente Médio. Tais marcas tornam-se verdadeiros símbolos de um “estilo de vida” baseado no consumismo capitalista norte americano. (PADILHA, 2006, p. 18).

Reforçamos a discussão com a seguinte reflexão: a “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas.” (BAUMAN, 2008, p. 71, grifo do autor). Essa escolha de estilo de vida

na atualidade está se tornando cada vez mais homogênea, onde inclui, exclui e oculta algumas, impõe personalidades em um período que a tecnologia domina as relações sociais.

As diferenças reais que marcavam as pessoas transformavam-nas em seres contraditórios. As diferenças personalizantes deixam de opor os indivíduos uns aos outros, hierarquizam-se todas numa escala indefinida e convergem para modelos, a partir dos quais se produzem e reproduzem com sutileza. De tal maneira que diferenciar-se consiste precisamente em adotar determinado modelo, em quantificar-se pela referência a um modelo abstrato, a uma figura combinatória de moda e, portanto, em renunciar assim a toda a diferença real e a toda a singularidade, a qual só pode ocorrer na relação concreta e conflitual com os outros e com o mundo. (BAUDRILLARD, 1969, p. 101).

Assim os membros da sociedade de consumidores, como Bauman (2008) descreve, são obrigados a seguir o mesmo padrão comportamental que gostariam de ver obedecidos pelos objetos de seu consumo. As condutas de consumo possibilitam essa sociedade de consumidores a receber um visto de residência permanente, homens e mulheres devem atender a legibilidades definidas pelos padrões de mercado, e esses padrões são estipulados pela exposição das marcas. E ao utilizar tais marcas, o jovem sai no mundo invisível e passa a ser perceptível através da ostentação e exposição dos objetos/marcas. Estes objetos estão agregados a altos valores por uma única etiqueta ou slogan, ou seja, além de compra-lo o usuário torna-se um publicitário volante, induzem novas compras mais aceitável ao estilo de vida da sociedade de consumo.

Através de uma marca apreciada, o jovem sai da impersonalidade; o que ele quer mostrar não é uma superioridade social, mas a sua participação inteira e igual nos jogos da moda, da juventude e do consumo. Bilhete da entrada para o modelo de vida “moda”, é o receio do desprezo e da rejeição dolorosa por parte dos outros que activa a nova obsessão pelas marcas. (LIPOVETSKY, 2006, p. 43, grifo do autor).

E de acordo com Padilha (2006) as pessoas sabem que devem comprar esta ou aquela marca para fazer parte do seu grupo social ou para sentir, ao mesmo tempo, que ascenderam socialmente por meio do consumo e do uso de determinados produtos. Para reafirmar esta ideia, Bauman (2008, p.108, grifos do autor) mostra que “a referência a “estar à frente da tendência de estilo” transmite a promessa de um alto valor de mercado e uma profusão da demanda (ambos traduzidos como certeza de reconhecimento, aprovação e inclusão).”

Nessa linha de raciocínio, Baudrillard (1969) destaca que

[...] todo o discurso sobre as necessidades assenta numa antropologia ingênua: a da propensão natural para a felicidade. Inscrita em caracteres de fogo por detrás da menor publicidade para as Canárias ou para os saís de banho, a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como o equivalente autentico da salvação [...] A força ideológica da noção de felicidade não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para a realizar a si mesmo. Advém-lhe, sócio-historicamente, do fato de que o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna, nas sociedades modernas, o mito da *Igualdade*. (BAUDRILLARD, 1969, p. 51, grifo do autor).

Já para Lipovetsky (2006) o mito da igualdade nada mais seria a frustração vivida pela sociedade que vive da miséria do consumo:

[...] as sociedades de consumo assemelham-se a um interminável sistema de estímulos das necessidades que quanto mais prometem a felicidade ao alcance da mão, mais causam a decepção e a frustração. Febre compulsiva, descontentamento, angústia: a nova Arcádia gera uma insatisfação insuperável, com a originalidade de produzir a miséria subjectiva no seio da opulência material. A sociedade que mais exhibe a festa da felicidade é aquela onde a carência é maior: o seu princípio é o de *Penia* (pobreza). (LIPOVETSKY, 2006, p. 131-132, grifo do autor).

Lipovetsky (2006), Bauman (2008) e Baudrillard (1969) são enfáticos em suas considerações, e o apontamento considerado pelos autores são reflexo de uma sociedade exibicionista, que abandona os valores éticos, morais e alguns se transformam ou finge ser o que realmente não são. Em alguns casos para entrar ou permanecer nesse mundo de objetos, principalmente os jovens, entram em caminhos inconsequentes, onde o ganhar dinheiro é o elemento principal independente do modo como conseguiu-lo⁹. Reforçamos essa ideia, com o resultado de uma pesquisa realizada por Assis (2012) faz a seguinte colocação, usando falas de seus entrevistados:

[...] a busca por “dinheiro fácil” é um dos fatores que prende o ator ao crime. “Eu sempre tinha dinheiro”. Não ficava ‘na pior’ nunca. Eu saía com meus amigos e pagava lá. Sempre saía com alguma menina e tal. Aí é difícil parar de roubar ou traficar” [...] se trabalhasse ia demorar muito para ter certos produtos, como TV ou equipamento de som, por isso saía e roubava celular no centro da cidade, o que lhe garantia certamente um valor monetário maior do que o recebido pelo trabalho mensal: “eu roubava uns cinco... aí eu vendia e ficava com o dinheiro”. (ASSIS, 2012, p. 11-12, grifos do autor).

⁹ Para maiores informações ver: ASSIS, Rodrigo Vieira de. Contribuição aos Estudos da Comunicação: uma análise sociológica acerca da relação entre mídia, consumo e crime na juventude. In: ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC – BRASIL, 5, 2012, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 2012, p. 1-15.

Conseguir os celulares, neste caso, o furto torna-se a forma mais fácil de adquirir o dinheiro ao invés de sua inserção no mercado de trabalho. Essa inserção é dificultada pelo pouco nível escolar ou pelos baixos salários pagos pela pouca qualificação. A busca de demonstração pelo poder de compra é externalizado através da ostentação dos objetos para a inserção na classe social induzida pela comunicação social.

Conhecendo apenas o insucesso escolar e a precariedade, os jovens dos bairros problemáticos afastam-se do trabalho e tendem a justificar a pequena delinquência, o roubo e outros esquemas como meios fáceis de obter dinheiro e participar nos modos de vida dominantes em que insiste a comunicação social. (LIPOVETSKY, 2006, p. 165).

No mesmo teor empírico, Bauman (2008) faz uma reflexão lúcida sobre a aprovação e inclusão das pessoas através do consumo dos objetos:

[...] é comum se pensar (embora seja possível mostrar que de maneira incorreta) que aquilo que os homens e as mulheres lançados ao modo de vida consumista desejam e almejam é, em primeiro lugar, a apropriação, a posse e a acumulação de objetos, valorizados pelo conforto que proporcionam e/ou o respeito que outorgam a seus donos. A apropriação e a posse de bens que garantem (ou pelo menos prometam garantir) o conforto e o respeito podem de fato ser as principais motivações dos desejos e anseios na sociedade de produtores, um tipo de sociedade comprometida com a causa da segurança estável e da estabilidade segura, que baseia seus padrões de reprodução a longo prazo em comportamentos individuais criados para seguir essa motivações. (BAUMAN, 2008, p. 42).

Para permanecer na sociedade e do consumo, o indivíduo deve também estar atento à reciclagem cultural, denominada por Baudrillard (1969) para que seja realmente considerado como um cidadão da sociedade do consumo:

[...] o termo reciclagem consegue, de fato, inspirar várias reflexões: evoca irresistivelmente o ciclo da moda, onde cada qual tem de estar ao corrente e de reciclar-se todos os anos, todos os meses e todas as estações, no vestuário, nos objetos e no carro. Se não fizer, não é verdadeiro cidadão da sociedade do consumo. (BAUDRILLARD, 1969, p. 118).

A mídia constantemente nos oferece e apresenta uma gama de novos produtos, e à medida que lança um novo, o primeiro modelo já se torna algo do passado, um produto considerado ultrapassado em suas especificidades. “A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando “velho” a “defasado”, impróprio para continuar sendo utilizado e destinado à lata de lixo.” (BAUMAN, 2008, p. 31). Em consequência disso, as marcas não se

prendem à durabilidade, pois todos os produtos são considerados, de certa forma, descartáveis, são utilizados por pouco tempo e logo em seguida já surge a necessidade de sua troca, seja pela vida útil do produto ou mesmo por questões estéticas, implantação de mínimos detalhes, mas que para a grande maioria dos consumidores faz-se toda diferença, como explica Bauman (2008):

[...] nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumos “defasados”, menos que plenamente satisfatórios e/ou não mais desejados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante e apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem). (BAUMAN, 2008, p. 31, grifos do autor).

De acordo com Padilha (2006), o capitalismo é um sistema financeiro que necessita sempre aumentar a produção das mercadorias, variedades e quantidades mais não em qualidade e durabilidade. Isso faz com que a era do consumo provoque uma revolução no cotidiano das pessoas, tornando-os mais ativos e cinéticos, os obrigando a mudá-lo de vida constantemente, e conclui com o seguinte pensamento:

[...] partindo, então, desse princípio do capital em tratar útil e utilidade e termos de vendabilidade, quanto menos dada mercadoria é realmente usada, aumentando, assim, o seu tempo de vida útil, melhor é do ponto de vista do capital, uma vez que a sub-utilização das mercadorias aumenta a vendabilidade ou a troca de uma mercadoria por uma outra. Para haver reprodução do capital, a produção deve visar a um consumo descartável, do desperdício. (PADILHA, 2006 p. 89).

Na corrente epistemológica do mesmo autor (PADILHA, 2006), as empresas e marcas da sociedade do espetáculo formam uma série de vitrines que exibem orgulhosamente as mercadorias em abundância e diversidade, e a sociedade do consumo aos olhos brilhantes se desfruta na escolha dos objetos, na realização dos seus “sonhos”. Assim, as mercadorias são expostas como se fossem únicas, exclusivas e universais como mostra Baudrillard (1969):

[...] os grandes armazéns, com a exuberância de conservas, vestidos, bens alimentares e de confecção constituem como que a paisagem primária e o lugar geométrico da abundância. Mas todas as ruas, com as montras repletas, cintilantes (se a luz não fosse o bem menos raro, a mercadoria não seria o que é), com ostentações de charcutaria, toda a festa alimentar e vestimenta

que põem em cena, tudo estimula a salivação fantástica. (BAUDRILLARD, 1969, p. 16).

Prosseguindo com o discurso sobre as exposições das mercadorias como meio de chamar a atenção da sociedade de consumo, continuamos com o pensamento de Baudrillard:

[...] além do amontoamento, que é a forma mais rudimentar e também a mais plena da abundância, os objetos organizam-se em *panóplia* ou em *coleção*. Quase todos os estabelecimentos de vestuário, de electrodomésticos, etc., oferecem uma *gama* de objetos diferenciados, que aludem, respondem e indicam claramente os outros em movimento recíproco. A vitrine do antiquário é o modelo aristocrático e luxuoso dos conjuntos que evocam tanto a superabundância da substância quanto um leque de objetos selecionados e complementares, entregues a escolha, mas também a reação psicológica em cadeia do consumidor, que os percorre e inventoria, os aprende como categoria total. Raros são os objetos que hoje se oferecem isolados, sem o contexto de objetos que os expressem. Transformou-se a relação do consumidor ao objeto: já não se refere a tal objeto na sua utilidade específica, mas ao conjunto de objetos na sua significação total. A máquina de lavar roupa, o frigorífico, a máquina de lavar louça, etc., possuem um sentido global e diferente do que tem individualmente como utensílios. A montra, o anúncio publicitário, a firma produtora e a marca, que desempenha aqui papel essencial, impõem a visão coerente, coletiva, de uma espécie de totalidade quase indissociável, de cadeia que deixa de aparecer como série organizada de objetos simples e se manifesta como encadeamento de significantes, na medida em que se significam uma ao outro como super-objeto mais complexo e arrastando o consumidor para uma série de motivações mais complexas. (BAUDRILLARD, 1969, p. 17, grifos do autor).

Assim, as mercadorias não são apresentadas isoladas, estão sempre em compartimentos específicos agrupados de acordo com o seu gênero para orientar o impulso de compra aos objetos, que se torna elemento insubstituível, signo de conforto e de tempo livre para que ocorram as demais tarefas cotidianas de uma família:

[...] fora do campo da sua função objetiva, em que é insubstituível, e no exterior da sua área de denotação, o objeto torna-se substituível de modo mais ou menos ilimitado no campo das conotações, onde assume valor de signo. Assim, a máquina de lavar roupa serve de utensílio e funciona como elemento de conforto, de prestígio, etc. O campo do consumo é o que se nomeou em último lugar. No seu interior, todas as espécies de outros objetos podem substituir-se à máquina de lavar como elemento significativo. Tanto na lógica dos signos como na dos símbolos, os objetos deixam de estar ligados a uma função ou necessidades definidas, precisamente porque correspondem a outra coisa, quer ela seja a lógica social quer a lógica do desejo, as quais servem de campo móvel e inconsciente de significação. (BAUDRILLARD, 1969 p. 86–87).

Um dos objetos mais desejado e glorificado pela geração do século XXI é a máquina de lavar. Baudrillard (1969) discorre que essa máquina de lavar significa tempo livre para a dona de casa, esse tempo livre é transformado em objeto para ser vendido e comprado, e mediante a TV e a publicidade que nela se fará para outras máquinas de lavar. Esses objetos proporcionam uma ociosidade às pessoas, e a indústria cultural se apropria desse ócio, e impõe um novo estilo de vida de consumo.

De acordo com Padilha (2006), a indústria cultural baseia-se no divertimento, mas faz uma transposição de arte para a esfera do consumo, popularizando, digamos assim, a chamada arte seria, que é a burguesa. O poder que a indústria cultural exerce sobre os consumidores esta justamente na sua capacidade de conferir um caráter de divertimento para tudo. Assim, os instrumentos da indústria cultural (televisão, rádio, revista e cinema comercial: os meios de comunicação de massa) tornam-se válvulas de escape para os trabalhadores que exercem tarefas mecanizadas e cansativas. O trabalhador torna-se um espectador que não precisa pensar nem imaginar nem ser criativo diante da cultura industrial, evita qualquer esforço intelectual. A indústria cultural continua preparando o sujeito para ser um trabalhador alienado, totalmente imerso nas regras do processo do jogo do consumo.

Por passatempo, milhões de homens e mulheres em todo o mundo veem TV, vão ao cinema, assistem a *shows* e a peças de teatro, deleitam-se horas e horas no videogame, colecionam selos, viajam, tocam, cantam, dançam, fazem yoga, karatê ou aeróbica ou simplesmente praticam este ou aquele esporte. Os jogos, as artes, as diversões são forma de vida nas quais a consciência como que ignora prazerosamente a passagem do seu tempo-de-vida. E não só ignoram como parece deseja-la. (BOSI, 1995 apud PADILHA, 2006, p. 143-144, grifo do autor).

Neste sentido o tempo livre que foi disponível à sociedade do consumo em relação ao avanço do meio técnico científico, foi cooptado pelo capital e o ócio tornou-se o momento de consumo. Surge no norte da América o aglomerado de lojas de departamentos no século XX denominado de Shopping Center, e esses centros comerciais se espalham pelo mundo. Características preponderantes desses espaços é a diversidade que se pode encontrar no centro comercial, desde cinema, bancos, restaurantes, teatro, parque de diversão além das maiores redes e marcas do mundo.

Se a sociedade capitalista já tinham no século XX, transformado o “tempo livre” em tempo de consumo – tanto de mercadoria quanto de serviços e entretenimento, hoje essas mesmas sociedades conseguem, por meio desse shopping center híbrido, chegar ao limite da submissão da liberdade, da

sociedade e da criatividade à lógica de mercado. A decisão de ir ao shopping center ultrapassa a necessidade de comprar algo. (PADILHA, 2006, p. 27, grifo do autor).

No mesmo teor empírico sobre a ocupação do tempo livre, o shopping se torna o local de encontro, de distração e da submissão do homem à reprodução do capital. Padilha (2006) refere ao ocupar o tempo livre em Shopping Center, sinaliza um fenômeno de submissão do lazer ao mercado, o que também pode ser observado em viagens feitas em formas de pacotes turísticos ou em clubes de férias, cujos hotéis oferecem uma enorme quantidade de atividades de lazer previamente programadas. Os pacotes turísticos hoje tem se tornado atrativo para a família, com preços acessíveis e com diversas atividades de distrações, basta acessar o e-mail ou acessar as páginas eletrônicas, que é vasto a quantidade de pacotes promocionais, mais um atrativo de cooptação do tempo em ócio. Completando a ideia Baudrillard (1969, p. 189) mostra que “o tempo livre consiste talvez em toda a atividade lúdica com que se cumula, mas é, antes de mais, a liberdade de perder o seu tempo e eventualmente de o matar e dispensar em pura perda.” Retomando a discussão sobre o Shopping Center como lócus da diversão e consumo

[...] vale pensar que o shopping center, um lugar de circulação de mercadorias, está cada vez mais, tornando-se o local: a) de busca de realização pessoal pela felicidade do consumo; b) de identificação – ou não – com os grupos sociais; c) de segregação mascarada pelo imperativo da segurança; d) de enfraquecimento da atuação dos seres sociais e de fortalecimento da atuação dos consumidores; e) de materialização dos sentimentos; f) de manipulação das consciências; g) de homogeneização dos gestos, dos pensamentos e dos desejos, e o mais grave, h) de ocupação quase integral do “tempo livre” das pessoas (a televisão parecer ser a concorrente mais forte). (PADILHA, 2006, p. 24).

Neste sentido, estamos de frente a uma indução que não se tem saídas, se por um lado o shopping tem se tornado o lugar de lazer da maioria das famílias, e o seu concorrente maior, a televisão é o objeto que alcança a grande maioria da população e proporciona a difusão das inovações que são lançadas no mercado. Percebe-se então que estamos envolvidos constantemente no circuito da sociedade do consumo. Estamos rodeados de incentivos ao consumo, se estamos em casa ao ligarmos a TV, o rádio, a internet, se abrimos uma revista estamos sendo induzidos a todo o momento com a apresentação e imposição aos objetos.

Para chegarmos a atual sociedade de consumo, e que surja o consumidor moderno é necessário, de acordo com Lipovetsky (2006), eliminar os antigos costumes, apagar os estilos de vidas rurais e particulares, afastar os preconceitos de longa data.

[...] Para que pudesse surgir o consumidor moderno foi necessário, arrancar os indivíduos das normas particularistas e locais, desculpabilizar a vontade de gastar, desvalorizar a moral da poupança, depreciar as produções domésticas, foi preciso inculcar novos modos de vida eliminando os hábitos sociais que resistiam ao consumo comercial. Foi através do afastamento dos comportamentos tradicionais, destruindo as normas puritanas, abandonando as culturas rurais e operatórias que se construiu o planeta do consumo de massa. (LIPOVETSKY, 2006, p. 110-111).

Neste viés, prosseguindo com a linha de raciocínio do autor a era do consumo começa quando as antigas resistências culturais caem, e quando as culturas locais deixam de construir e transformar-se ao tomar o gosto pelas novidades. E o grande desafio que esta tem é de consistir em educar as massas na ótica da despesa de consumo, homogeneizar as mentalidades, as práticas e racionalizar os gostos e suas atitudes. Excitam os desejos de consumo, desculpabilizam o gosto por gastar, e esses elementos são reforçados constantemente pela publicidade que dedica a reorganizar por completo os modos de vida tradicionais, onde cria uma nova cultura quotidiana baseada numa visão mercantilizada da vida.

Em todos os casos, a publicidade surge, não apenas como a chave de leitura dos mecanismos de frustração característicos das novas sociedades de consumo, mas também como o símbolo das instituições que se apropriam dos homens, que se mostram capazes de remodelar o seu modo de vida [...] à medida que se multiplicaram os apoios, os anúncios exploram temáticas e registros inéditos que continuam em vigor nos dias de hoje: elogio da mulher moderna, maquilhada e sedutora, culto da realização individual, do conforto e do lazer, sacralização da juventude. (LIPOVETSKY, 2006, p. 149).

Dessa forma, é difícil abordar o tema sociedade de consumo, sem discorrer no tema publicidade e como afirma Padilha (2006) é necessário desenvolver uma análise crítica, uma vez que ela não é, de forma alguma, um poder inconsequente, como pode aparecer. A atuação da mídia é fundamental para o perfeito funcionamento da engrenagem consumista. Assim, a publicidade tem como objetivo impor todas as necessidades ao consumidor, e Lipovetsky (2006) é bastante claro e enfático ao discutir a era do capitalismo dividido em dois grupos o acionista de um lado e o consumidor do outro, e observamos o quão é coerente ao dizer que os acionistas

[...] impõem-se comercializar todas as experiências em toda a parte, em qualquer momento e para todas as idades, diversificar a oferta adaptando-a às expectativas dos compradores, reduzir os ciclos de vida dos produtos através da rapidez das inovações, segmentar os mercados, favorecer o

crédito ao consumo, fidelizar o cliente mediante práticas comerciais diferenciadas. (LIPOVETSKY, 2006, p. 9).

É preciso ultrapassar o campo das aparências, no qual a publicidade é vista como uma arte inofensiva, e a TV como um momento de descanso. É preciso avançar na análise para chegar à polêmica e nefasta manipulação das consciências em favor do sistema capitalista. Assim,

a sociedade contemporânea encontra-se em constante transformação, tradições são quebradas ou reformuladas, novas identidades são formadas a cada momento, o novo se torna obsoleto em um curto espaço de tempo. É neste ambiente fluido que os meios de comunicação funcionam como divulgadores de culturas e identidades. Presente em quase todos os lares brasileiros estes meios são os mais utilizados pelos grupos hegemônicos para difundir suas ideologias. No entanto, estamos longe de afirmar que os dispositivos midiáticos são manipuladores, que dominam o palco mediante uma plateia atônita, incapaz de se proteger dos “males” que lhe são “enviados”. (ABRÃO, 2009, p. 2, grifos do autor).

E a perspectiva para desprendermos desta nefasta manipulação do sistema capitalista, compartilhamos com a ideia de Padilha (2006) a sociedade de consumo e a publicidade acabam sugerindo que a solução está dentro de cada um, e que todos devem ser vigilantes. Dessa forma, apresentam, paradoxalmente, o problema da manipulação publicitária como social e sua solução como individual, eis assim possível alternativa para tal problema.

4.2 O poder midiático: inserção e imposições do consumo

Ao estudarmos os meios de comunicações, observamos que a televisão faz parte da cultura da sociedade contemporânea, onde a felicidade tornou-se atributo valorizado no discurso sedutor que prevalece em nosso ambiente e são reforçados através de seus programas, onde adotamos modelos de comportamentos e de consumos e “a publicidade é um meio persuasivo abrangente que tem produzido efeitos cada vez mais evidentes e utilizado tecnologias sofisticadas, como televisão, cinema e internet.” (NICACIO; MACHADO, 2007, p. 96).

A televisão e a internet transformaram os meios de comunicação do século XXI e provocaram uma renovação estrutural da comunicação que, em tempos passados, era liderado pelo rádio e por meios impressos:

[...] a publicidade televisiva ganha um estatuto preponderante, uma vez que a imprensa escrita se restringe às camadas superiores da população, enquanto a televisão se restringe às camadas sociais. A publicidade passa a atuar diretamente sobre os indivíduos como consumidores, no sentido de manipulá-los comercialmente sob o pretexto de responder aos interesses do bem comum. Assim, a publicidade, a serviço dos capitalistas, tem a tarefa de criar o novo, novos arquétipos ou símbolo que o público deve adotar. (PADILHA, 2006, p. 100).

Esse objeto tem se tornado o meio difusor de ideologias e modelos comportamentais de uma classe social individualista. É uma ferramenta de criar nas pessoas necessidades que possibilitem a circulação de mercadores com maior fluxo.

[...] Acreditamos que os meios de comunicação são responsáveis pela divulgação de ideologias oriundas das classes dominantes, que estão sempre em luta para manterem sua hegemonia. Desta forma, os discursos veiculados na mídia são reflexos dessas lutas, da busca pela afirmação, pelo reconhecimento dos sentidos dos valores hegemônicos. (ABRÃO, 2009, p. 4).

Conforme Padilha (2006), a publicidade além de criar necessidades artificiais de consumo, está intimamente ligada à concorrência que se estabelece entre os capitalistas. E esta necessidade surge a partir da repetição da mensagem, onde cria compradores em potencial.

Para Lipovetsky (2006), a publicidade não trata apenas de estimular as necessidades e os reflexos condicionados, mas de criar ligações emocionais com a marca, passando a promover a imagem como ser mais importante que o próprio produto. Submerge o consumidor numa torrente de imagens de felicidade, promete saúde e beleza, é a publicidade que cria e recria as necessidades que o aparelho produtivo procura satisfazer. Dessa forma, exalta as visões de mundo, transmitem mensagens, valores e ideais com vista à fidelização de seus clientes, e esses comerciais são muito exaltados nas famosas datas comemorativas, e de finais de ano onde as pessoas ficam mais emotivas.

A publicidade para alcançar seu objetivo faz se de tudo. Inúmeras técnicas de persuasão à manipulação dos espíritos. Visa influenciar os consumidores na hora das compras, com recursos que pressione o inconsciente, assim surgem às ideias como cores, tatos, cheiros e músicas nas lojas, shopping, supermercados e restaurantes.

Estilo monumental dos armazéns, decorações luxuosas, cúpulas resplandecentes, montras de luz e cor, tudo é pensado para deslumbrar a vista, metamorfosear a loja em festa permanente, maravilhar o cliente, criar

um clima compulsivo e sensual propício à compra. O grande armazém não se limita a vender produtos; empenha-se em estimular a necessidade de consumir, em excitar o gosto pelas novidades e a moda através de estratégias de sedução que prefiguram as técnicas de marketing modernas. Impressionar a imaginação, suscitar o desejo, apresentar a compra como um prazer: a par da publicidade, os grandes armazéns foram os principais instrumentos da promoção do consumo como arte de viver e emblema do mundo moderno. (LIPOVETSKY, 2006, p. 27).

Neste sentido, Abramo (2009) discorre que essa revolução proporcionada pela tecnologia introduziu um novo padrão de manipulação, que permite fabricar socialmente a amnésia, diante da imposição da velocidade informativa. Tanto as notícias, quanto os objetos são despejados em tamanha quantidade e com tanta rapidez, que mal tomamos conhecimento de um assunto ou objeto e logo já ocupa os meios de comunicação, fazendo que rapidamente seja esquecida aquilo que era considerado fundamental. A aceleração tecnológica prova como é eficaz o instrumento de dominação:

[...] a publicidade alimenta a ideologia consumista que exalta o novo e o belo enquanto nega o envelhecimento, processo natural da existência humana. E isso de várias maneiras: tanto no terreno do corpo, que aparece sempre jovem e saudável, como também na mensagem constante – implícita ou explícita – do “troque o seu velho por um novo”. (PADILHA, 2006, p. 109, grifo do autor).

De acordo com Padilha (2006), os meios de comunicação, a partir de então, criam verdadeiras ondas de entusiasmos em torno das mercadorias lançadas e relançadas constantemente em alta velocidade. Assim, um filme lança um produto, uma telenovela lança moda, e a moda lança diversos acessórios que a publicidade vai se encarregar de vender, formando uma teia de pseudonecessidades que leva à falsificação da vida social.

A massa dos consumidores não viverá a profusão como efeito da natureza, cercada como está pelos fantasmas da terra da promessa e persuadida pela ladainha publicitária de que tudo lhe será previamente dado, tendo ademais um direito legítimo e inalienável sobre a profusão? A boa fé no consumo surge como elemento novo; as gerações são doravante os herdeiros, herdando não só os bens, mas o direito natural à abundância. (BAUDRILLARD, 1969, p. 24).

A abundância gera o fascínio, e esse fascínio subordina e penetra em todos os sentidos da vida humana. De acordo com Assis (2012), esse fascínio é o consumo, este é uma prática social que está presente em todos os períodos do indivíduo, seja criança, adolescente, adulto ou idoso, sempre há um mercado especializado, onde seus produtos são formulados

para atender aos desejos e aos estilos de vida de cada faixa etária. Baudrillard (1969) revela que a publicidade é o mais notável meio de comunicação de nossa época,

[...] assim como, ao falar de qualquer objeto, os glorifica virtualmente a todos, referindo-se igualmente à totalidade dos objetos e ao universo totalizado pelos objetos e pelas marcas em virtude da menção de tal objetos ou de tal marca – assim também, por meio de cada consumidor, se dirige a todos consumidores e vice-versa, fingindo uma totalidade consumidora (BAUDRILLARD, 1969, p. 151).

O marketing, a publicidade se apoderam desses meios tecnológicos e divulgam tais ideologias, e como estamos sempre em busca de algo que não conhecemos, acreditamos que estes poderão nos transformar e nos realizar. Sonhamos sempre com aquilo que não possuímos, com o belo, com o caro, com o luxuoso, sonhamos com um mundo de glamour e isso nos gera descontentamento de não poder ter ou experimentar tais comportamentos, e sofremos por não obter aos bens que outros gozam.

A televisão que é imbuída de significados contribui para as mudanças constantes e permanentes das culturas do mundo inteiro, onde são divulgadas culturas, identidades reforçadas e modelos de comportamentos estimulados no seu cotidiano.

A publicidade e o cinema são responsáveis pela divulgação e propagação dos valores norte-americanos que controlam a mundialização. A publicidade é responsável pela predominância das marcas sobre os produtos, ou seja, dos símbolos sobre as mercadorias. As marcas são códigos cuidadosamente manipulados pela publicidade para a manutenção da “sociedade de consumo”, que depende da sua capacidade de criar e manipular necessidades humanas. (PADILHA, 2006, p. 18, grifo do autor).

Sendo assim, as marcas e mercadorias são deslumbradas como essências para o ser, e o consumo individual dessas marcas são manipuladas pela publicidade como necessidades essenciais, ou seja, encontramos o nosso reconhecimento, desejos, nossa identidade, pois somos vistos pelo que consumimos e consumimos para nos reconhecer e pertencer a certos grupos.

[...] É comum encontrarmos consumidores que utilizam mercadorias e marcas para compor, definir sua identidade, mas no entanto, mediante comportamentos que poderão afastá-lo do que realmente é ou deseja ser. Ao ressaltarem essa reflexão, tais autores se referem justamente a um efeito de consumo caracterizado pelo que se entende aqui como “ilusão de identidade”, o qual, por sua natureza ilusória, só prorrogaria a sensação de vazio, mal-estar ou inautenticidade, que levou o sujeito a depositar sua

esperança nas mercadorias. [...] em que o indivíduo busca nos produtos o prazer emocional de obter a aprovação de alguém por meio da afirmação ou conquista de status (inserção em algum grupo ou distinção, competição em relação ao outro), e de ter a sensação de euforia momentânea que lhe desse a ilusão de problema solucionado, ou mais especificamente, no caso que os autores discutem, a ilusão momentânea de que a mercadoria e o ato de compra suprem o sentimento de incompletude até então vivenciado. (BRAGAGLIA, 2010, p. 117–118, grifo do autor).

Somos incentivados por criações supérfluas de necessidades, e para Lipovetsky (2006) desencadeiam continuamente novos desejos de aquisição, identificando a felicidade com os bens de consumo, a publicidade é acusada, não apenas de manipular, estandardizar, cretinizar o indivíduo, como também de ser uma armadilha diabólica que agudiza continuamente a insatisfação das pessoas. É um espetáculo eufórico, a publicidade contribui para a propagação de uma miséria psicológica crônica dos seres no seu reino, conseqüentemente a pobreza é elevada ao seu expoente máximo.

As lojas fazem promoções, descontos, saldos e distribuem prêmios oferecidos pelas empresas. Uma gama de estratégias de marketing são oferecidos por uma compra, além inúmeros canais de televisão destinados a comercialização. Shop Time, canais exclusivos de vendas de produtos da Polishop, canais de leilões, canais de venda de joia, e até a mercantilização do sexo já é proveniente dos meios de comunicação incentivados pela compra de vídeos através de celulares.

No Brasil, dentre os programas de entretenimentos veiculados pela televisão a novela é a mais assistida e comentada pela sociedade brasileira. Em um último dia de veiculação de uma novela da Rede Globo¹⁰, foi notificado em vários meios de comunicações nacionais e internacionais que o Brasil “parou” para assistir ao seu último capítulo. E isso faz com que consumimos e que tenhamos desejos de consumir o que é posto na ficção, pelos merchandisings veiculados nas relações sociais dos personagens, seus estilos de vida, tal como maneira de vestir, comportar e as gírias linguísticas são induzidas. Abramo (2009) reforça estas considerações:

[...] mas o que torna a manipulação um fato essencial e característico da maioria da grande imprensa brasileira hoje é que a hábil combinação dos casos, dos momentos, das formas e dos graus de distorção da realidade submente, em geral e em seu conjunto, a população à condição de excluída da possibilidade de ver e compreender a realidade real e a induza a consumir

¹⁰ A novela Avenida Brasil, teve seu último capítulo exibido no dia 19/10/2012 alcançando recorde no ano de audiência no horário de exibição chegando 50,9 de IBOPE, dados disponíveis site UOL.

outra realidade, artificialmente inventada. É isso que chamo de *padrão de indução*. (ABRAMO, 2009, p. 33, grifos do autor).

Qualquer que seja o poder de persuasão dos meios de comunicação, cada imagem e cada anúncio impõe uma mensagem a todos os indivíduos, virtualmente, e cada indivíduo é induzido a decifrar seus códigos, podendo ou não automaticamente decodificarem a mensagem e aderir o código ao qual fora codificado, na mesma proporção que poderá refugar:

[...] qualquer que seja o poder dos meios de persuasão, o *Homo consumericus* permanece um actor, um sujeito cujos gostos e interesses, valores e predisposições filtram as mensagens às quais se encontrava exposto. Temos, necessariamente, de recusar a ideia de um poder demiúrgico da publicidade, uma vez que o consumidor faz a triagem e selecciona as solicitações que o assaltam, prestando atenção apenas àquilo que vai ao encontro dos seus interesses, das suas expectativas e preferências. (LIPOVETSKY, 2006, p. 152–153, grifos do autor).

Segue-se o mesmo teor empírico de Lipovetsky (2006) que reflete que os comportamentos dos hiperconsumidores contemporâneos contrariam as teses dos poderes de marketing e da publicidade. Pois nunca os consumidores se mostraram tão voláteis e infíeis às marcas, sobretudo pelo gosto generalizado pelas novidades, pelas diversidades de escolha, a fragmentação das modas, a saturação das necessidades primárias, tudo isso favoreceu a mobilidade, os amores e desamores no que toca às marcas. Até as marcas cultas sofrem desafeição, rejeições por vezes rápidas e mesmo com investimentos avultados na área da comunicação. O tempo das megamarcas mundiais coincide com a vulnerabilidade ligada a um consumidor que se revela cada vez mais instável, principalmente pela pirataria, meio condizente de comprar grandes marcas internacionais por preços acessíveis apenas como meio de inserção em uma determinada sociedade.

Nesse sentido, os meios de comunicação, principalmente a televisão e a internet são propulsoras de ideologias dominantes, transmitem indícios de cultura de um grupo de modelo de elite para as outras categorias sociais relativamente mais baixa, e esta como um dos elementos presentes na maioria das casas brasileiras unificam cada vez mais gostos, desejos e ambições fazendo do campo apenas um continuum do modo de vida urbano.

Diante dessas considerações sobre a sociedade de consumo e a influência que esta exerce através da TV, na seção seguinte apresentamos as transformações impostas por este modo de vida consumista, bem como as transformações econômicas, sociais e culturais na Comunidade Macaúba que, por correntes filosóficas, foram denominadas de urbanidades no rural. Processo acentuado, que se desenvolve nesta particularidade, principalmente, a partir da

década de 1970 com a territorialização das mineradoras nas suas adjacências, afetando como um todo o modo de vida daqueles que ali residiram e os que ainda residem.

5 A SOCIEDADE DE CONSUMO NA COMUNIDADE MACAÚBA: as transformações socioespaciais, econômicas e culturais

5.1 As transformações socioespaciais e econômicas na Comunidade

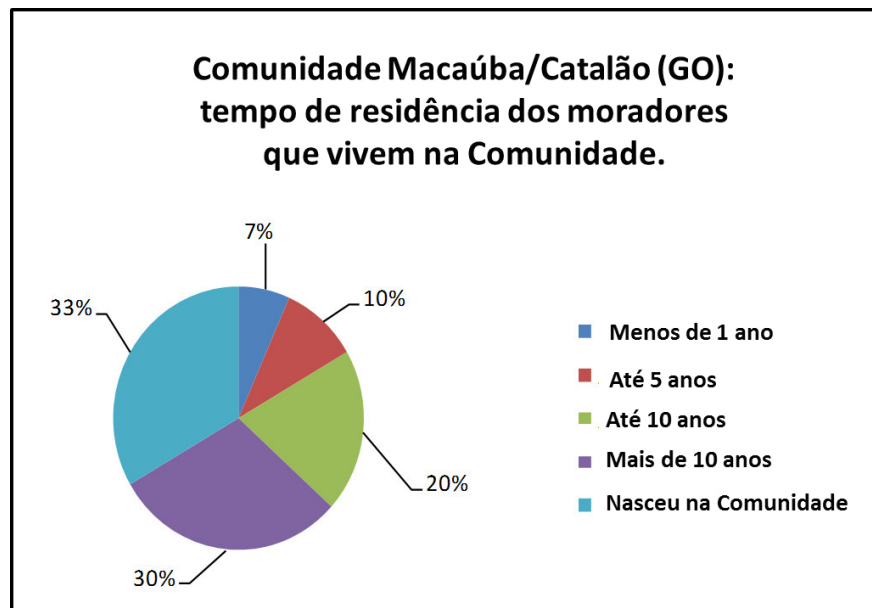
Durante o processo histórico da Comunidade a instalação das mineradoras, aberturas de estradas, a instalação da luz elétrica entre outros eventos de produção, causaram diversas transformações sociais de seus moradores. Entretanto essas transformações e possibilidades que ocorreram em meados da década de 1970, possibilitaram aos moradores a ter acesso à inúmeros objetos, e elementos que pouco a pouco alteram o seu modo de viver.

De fato, o campo adquire mais tecnologia e mais ciência e redimensiona o modo de produção da agricultura e, isso implica em novas necessidades de produção e de consumo da população. E é este caráter de produção e de consumo que estabelece o contínuo urbano rural. (MOTA, 2011, p. 53).

Assim sendo, o recorte espacial analisado, as urbanidades se manifestam diante de dinâmicas com distintas velocidades, de diversidade produtiva envolvendo pequenas propriedades, indústrias mineradoras Copebrás, Vale Fertilizantes, empresa Equilíbrio Fertilizantes, Motel Summertaim e o restaurante Tudo Caipira em suas proximidades, além de duas olarias desativadas recentemente na Comunidade.

Essas transformações foram acentuadas no município de Catalão, em específico na Comunidade Macaúba, a partir da concessão e instalação da rede elétrica de energia e a territorialização das empresas mineradoras no município. A Comunidade Macaúba foi privilegiada por ter uma terra rica em minérios e infeliz pela apropriação das mineradoras para extração e produção dos minérios em consequência favoreceu ao êxodo rural. No gráfico 4 mostramos o perfil histórico dos moradores na Comunidade Macaúba com base na idade que o indivíduo tem com seu espaço.

Gráfico 3 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): tempo de residência dos moradores que vivem na Comunidade



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D (2013).

Constatamos que a maioria (33%) dos residentes nasceram na Comunidade e vivem nesse espaço, construíram momentos e histórias afetivas na Macaúba. No entanto esse dado pode mudar constantemente devido ao avanço das pesquisas realizadas pelas mineradoras na Comunidade que compram o direito de pesquisar nas propriedades privadas. Para áreas equivalentes ou menor que 2 alqueire goiano o valor pago é de R\$ 2.000,00¹¹ para cada família para garantir exclusividade à pesquisa. Esse acordo é feito para que a empresa entre em terras privadas e realizam pesquisas de perfurações no solo, em busca de novas áreas para produzir. Quanto às propriedades com tamanho superior a 2 alqueires, o valor pago é de R\$ 4.000,00 para realizar as perfurações e o estudo da área. A empresa também sobrevoa o local, fazendo mapeamento da região e levantar dados mínero químicos sobre a região. Nessa trajetória histórica, desde a chegada das mineradoras, muitas famílias já deixaram suas raízes em prol do avanço industrial brasileiro, e adquiriram terras em outros lugares ou mesmo na sede do município.

Famílias camponesas em todo o Brasil têm sofrido o processo de desterritorialização pelo avanço do agronegócio, da construção de hidrelétricas, expansão de indústrias madeireiras e mineradoras. A desterritorialização para essas famílias significa a perda do acesso a terra não

¹¹ De acordo com o Banco Central o valor do dólar comercial no dia equivale a R\$ 2,40 e o euro R\$3,26. Acesso em: 12 fev. 2014. Disponível em: www.bcb.gov.br.

só no sentido material como afetivo, uma vez que se criam laços com o lugar e deixa-lo de forma involuntária causa uma brusca ruptura com o mesmo e tudo o que esse representa. Ao serem desterritorializadas estas famílias se sentem socialmente excluídas, destruídas do direito a voz, à permanência no seu trabalho, na sua casa, no seu lugar. Estes camponeses sofrem as mudanças nas formas de organização/produção de vida, sendo privados do direito a permanência na terra, na manutenção de sua identidade sócio-territorial apresentando dificuldades de reconstituírem suas vidas. (FERREIRA, 2012, p. 95).

De acordo com Ferreira (2012), a territorialização das mineradoras no município de Catalão, no período de 1970–2011, fez com que 41 famílias fossem desterritorializadas na Comunidade Macaúba. Durante a pesquisa de campo soubemos que novas famílias serão desapropriadas. Cinco famílias serão desterritorializadas de suas terras em virtude dos resíduos sólidos gerados pela extração do fosfato. Através das escavações da lavra, os resíduos são descartados por não possuírem minerais. Estes são despejados nos recursos hídricos na forma de lama e já está contaminando o lençol freático que passa na propriedade dessas famílias, como podemos observar (Foto 2). As setas indicam a barragem de rejeito das mineradoras passando ao fundo das propriedades rurais dos moradores da Macaúba.

Foto 2 – Comunidade Macaúba /Catalão (GO): lama proveniente da lavagem da lavra na extração de fosfato



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Em consequência das pesquisas já realizadas e novas descobertas, a Comunidade passará por novas transformações e o esvaziamento demográfico torna-se certo nesta região. Este fator social despertou a atenção, pois no princípio da pesquisa tínhamos a intenção de encontrar um universo familiar composto por pais e filhos, numa dinâmica entre famílias.

Porém, esta não foi a realidade encontrada. As famílias residentes na Comunidade Macaúba, em grande parte, são formadas pelo casal, e por poucos jovens. Os filhos foram para a sede do município estudar, trabalhar ou já compõem uma nova unidade familiar. Os jovens, filhos desses camponeses não visualizam desenvolver as mesmas atividades que seus pais desenvolviam. Os filhos dos moradores possuem curso superior, técnico, e estabelecimentos comerciais no município, consideram ter sucesso profissional fora do ambiente rural.

Essa evasão dos jovens da Comunidade é em parte um reflexo da ausência de políticas públicas que incentivem e subsidie a permanência no meio rural, não só dos jovens como de todos os camponeses. Na Comunidade Macaúba há 57 propriedades, das quais 37 são de famílias residentes (80 pessoas) e 20 famílias não residentes (40 pessoas). (FERREIRA, 2012, p. 122).

Os filhos dos residentes buscam qualificação com almejo de futuro promissor. Alguns estudam em escolas particulares na cidade de Catalão. Esses jovens buscam se inserir na sociedade de informação e da comunicação para interagir com outros grupos externos e culturas diversas da sua, buscam se vestir como os moradores citadinos, seguindo os padrões estipulados pela moda, bem como as formas verbais e gírias para se comunicarem principalmente as transmitidas pelos meios de comunicações, aproximando cada vez mais aos hábitos daqueles que residem na cidade. Nas residências onde havia moradores até uma faixa etária de idade até 24 anos, a presença de computadores, notebooks e tablets com acesso a internet foi notado e esses objetos são propulsores de ideologias citadinas:

O uso das tecnologias no campo, a influência da mídia e da televisão, a valorização da estética e da aparência, o vínculo e a dependência aos mercados, a idealização de uma vida melhor nas cidades seriam exemplos de urbanidades que atingem a população rural. (CANDIOTO; CORREA, 2008, p. 225).

O acesso à internet na Comunidade Macaúba é proveniente da expansão da malha de cobertura das empresas telefônicas, em prol das empresas de nível internacional em suas adjacências e não para atender os moradores da Comunidade. A antena instalada fica, aproximadamente, 500 metros da portaria da Copebrás, evidenciando que maior parte no interior da empresa tenha sinal das operadoras telefônicas. Em compensação as operadoras Tim, Oi, Vivo e Claro, em grande parte da Comunidade, têm uma frequência de boa qualidade. Apenas em 4 propriedades há a necessidade de utilizar a antena específica para o acesso ao telefone.

Quanto às questões econômicas, investimentos tecnológicos no modo de produção favoreceram uma diferença financeira entre os camponeses. Existe na Comunidade uma híbrida relação com a terra, o agricultor camponês com recursos financeiros que investiu em sua propriedade, com ordenha mecanizada e inseminação artificial e o camponês que ainda mantém a ordenha manual. A Cooperativa Agropecuária de Catalão (COACAL), situada em Catalão, passa nas propriedades de 2 em 2 dias, recolhendo o leite produzido. O leite é armazenado no tanque resfriador, e sua qualidade de produto agrega valor final pago aos camponeses. O leite retirado pela ordenha mecanizada possui maior valor agregado em sua produção, pois o transporte até o tanque refrigerador não possui contato com agricultor camponês aumentando a pureza do produto em relação a “impurezas”.

A produção é diversificada. Os agricultores camponeses plantam e colhem tudo que são produzidos, mas nem sempre para ser comercializada. A cana-de-açúcar é moída e serve como alimento para o gado, o milho é em parte consumido, comercializado e transformado em alimentos para o gado e aves. Mandioca, feijão, café, alface, agrião, beterraba, cenoura, cebolinha, couve, rabanete, pepino, rúcula são produtos para consumo e comercialização em pequena escala.

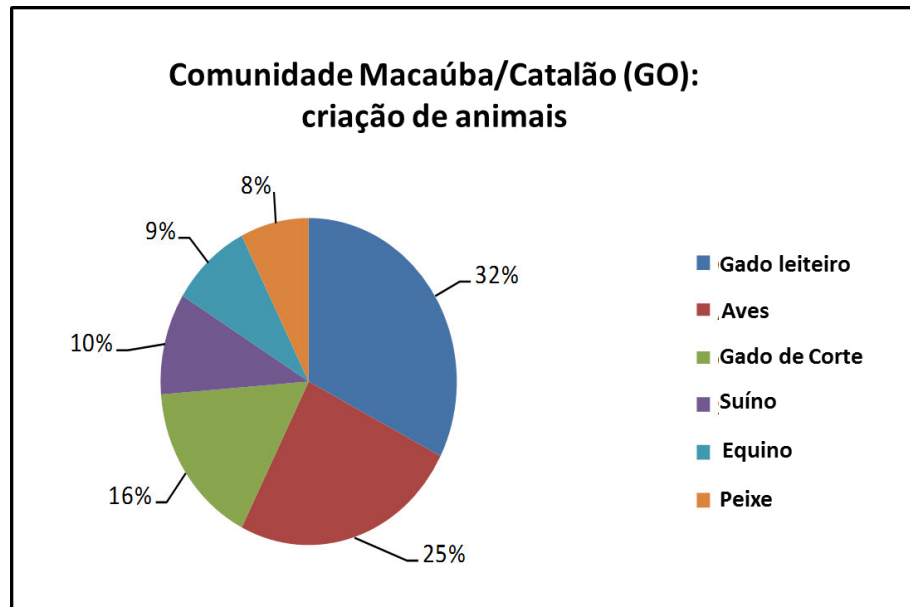
As árvores e plantações frutíferas são diversas, mas nenhuma família produz para comercialização, apenas para o consumo próprio. São produzidos queijos, doces e quitandas como os descritos anteriormente sendo comercializados pelos agricultores camponeses em algumas feiras no município de Catalão. O que tem se destacado na Comunidade são as plantações de tomates, alguns ex-moradores arrendam suas terras para pessoas externas na Comunidade, estes contratam trabalhadores temporários vindo principalmente da Região Nordeste para plantar, colher e tomar conta de suas plantações, e são comercializados no município e região. O contato com membros externos e o vir morar na Comunidade reflete na aquisição de novos elementos das urbanidades.

Os moradores da zona rural não mais produzem todos os alimentos para o consumo próprio e recorrem à cidade para compra de alimentos perecíveis, higiene pessoal, produtos de limpeza, roupas e acessórios sem exceção. A aquisição dos bens duráveis são realizados nos centros comerciais do município de Catalão.

A criação de animais (Gráfico 5) é também uma das formas de sustento das famílias, além de servirem como alimentos, algumas famílias utilizam destes recursos como complemento da renda familiar, com a venda dos animais, dos derivados do leite e a venda dos ovos caipiras. Constatamos que 32% e 25%, respectivamente, são de gado leiteiro e aves. O abate de animais é ocasionado apenas para o consumo, e quando há o abate de porcos e de

vacas esses são distribuídos em pequenas quantidades para outros membros da Comunidade, em forma de solidariedade com o vizinho.

Gráfico 4 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): criação de animais



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Autor: RAMOS, H. R. D. (2013).

Outra mudança ocasionada pela inserção da tecnologia e, conseqüentemente das urbanidades no rural, foram as formas de trabalho. Há na Comunidade uma predominância do trabalho familiar em relação ao trabalho assalariado, contudo com a redução de pessoas na família, em relação à urbanização a mão de obra fica escassa, e torna-se recorrente buscar alternativas para o trabalho, e torna-se comum a troca de dias de serviços entre os camponeses para os trabalhos mais densos.

Devido às dificuldades de encontrar pessoas que queiram trabalhar temporariamente em diversos serviços, especialmente para colheita e plantio de lavouras, os camponeses da Comunidade se organizam de forma a trabalhar uns para os outros, trocando dias de serviço, de acordo com a necessidade de cada um. (FERREIRA, 2012, p. 118).

Alguns trabalhos são feitos exclusivamente pelos homens, outros pelas mulheres e as crianças auxiliam (nos serviços mais leves) no desenvolvimento dessas atividades. O manuseio das ferramentas agrícolas fica destinado exclusivamente ao homem, enquanto a mulher toma conta dos afazeres domésticos, cuidar e manter da casa, lavar roupa, passar, cozinhar, cuidar das crianças e fazer quitandas. Há uma relação de ajuda mútua onde homens ajudam a cuidar dos animais, das plantações no quintal e na fabricação do queijo, bem como

mulheres e filhos ajudam em tarefas fora do ambiente domiciliar como plantar, colher e ordenhar as vacas.

Os filhos que vão em busca de outras profissões no meio citadino, retornam aos finais de semana para o lar dos pais, acompanhados de amigos, esposo(a) e namorados. Os finais de semana no meio rural são cobiçados. As casas possuem amplos e diversos quartos, com muitas camas, uma segunda residência para descanso. Os pais aguardam ansiosamente o domingo para o grande lazer da família. No almoço tradicional não pode faltar o frango caipira.

Devido à hipertrofia dos espaços intensamente urbanizados, a vida “rural”, mais próxima da natureza, é revalorizada pelos grupos sociais de alto poder aquisitivo em um contexto de conscientização ecológica e de busca por lazer, descanso, amenidades, ou seja, fuga da desordem urbana. Porém esse novo significado positivo de “campo” e de “rural” continua a conviver com o significado já consolidado de espaço “atrasado”, no qual ainda não se alcançou um suposto “desenvolvimento”. (BIAZZO, 2010, p. 234, grifos do autor).

As residências na Comunidade estão imbuídas de diversidades que proporcionam o mesmo conforto das residências citadinas, o banho quente, a TV, o telefone celular entre outros. Existe uma ampla urbanização, e isso proporciona comodidade, tranquilidade, descontração e uma bela paisagem aos visitantes.

De forma geral, as ruralidades dos urbanos estariam ligadas à utilização do rural como mercadoria, manifestadas na busca idealizada de um rural/natureza, bucólico e tranquilo, em que a vida é mais devagar, mais saudável e sem estresses. Os urbanos valorizam o rural como paisagem e buscam um rural sem os inconvenientes tradicionais do campo (mau cheiro, insetos, sujeira, animais peçonhentos, trabalho pesado), e com o máximo de conforto das cidades (infraestrutura, boas estradas, TV, internet, piscina, ar condicionado etc). (CANDIOTTO; CORREA, 2008, p. 224–225).

Assim, essa hibridez entre o espaço rural e o espaço urbano, e o crescente interesse da sociedade urbana pelo campo seja para investimentos, descanso, lazer e turismo, a valorização da cidade como centro de realizações, do saber e informação faz surgir as novas urbanidades nos indivíduos rurais, assim como as tradicionais ruralidades dos habitantes do campo vão sendo incorporadas pelos habitantes citadinos. E essas urbanidades que são inseridas na Comunidade transformam o seu cotidiano, bem como as suas crenças e tradições.

5.2 As urbanidades na Comunidade: objetos duráveis e não duráveis

As relações sociais do século XXI consolidam-se da abundância¹², do fascínio e evidencia a fantástica multiplicação dos objetos tecnológicos e bens materiais. As antigas relações sociais entre os homens, os laços afetivos de parentescos, a amizade, solidariedade e proximidade reorganizam em um novo contexto social, onde se rodeiam por objetos e controlados pelo tempo dos objetos.

O camponês orientava seu tempo pelo ritmo da natureza, pela posição do sol, pelo canto do galo, pelas estações do ano etc. Além de seu tempo ser imprevisível e maleável, o ritmo de trabalho variava de pessoa para pessoa. A sociedade industrial veio para controlar o tempo do homem, que passou a ser medido pelo dinheiro. No entanto, o tempo das máquinas é o tempo dominante, e os donos das máquinas transformam-se nos donos do tempo. Por isso não é só posse dos meios de produção que caracteriza o capitalismo; a posse e o controle do tempo dos trabalhadores também. (PADILHA, 2006, p. 146).

As relações sociais foram transformadas com a inserção dos objetos impostas pelo sistema capitalista. As relações humanas no campo brasileiro têm alterado constantemente, sobretudo a partir de meados do ano de 1970 com as políticas públicas destinadas à urbanização.

[...] A urbanização cria um novo tempo, e como destacou Milton Santos, e destaca-se aqui, identificamos um tempo diferenciado chamado tempo do lugar, isto é, daqueles que vivenciam a transformação econômica-social. Não somente no modo de produção, mas na esfera do singular, do vivido, onde o tempo ganha um novo significado, assim como ganha um novo significado o espaço. Não é mais o tempo do campo, da produção agrícola, das estações do ano, nem o tempo urbano em sua plenitude, da cidade, da produção industrial. Como já dito, o que surge é um tempo novo, singular, fruto da amálgama de realidades, mesmo que tal ritmo se aproxime agora muito mais da cidade do que do campo, violando assim a identidade daquilo que denominávamos como rural. (NEVES, 2003, p. 25–26).

¹² Os progressos da abundância, isto é, da disposição de bens e equipamentos individuais e colectivos cada vez mais numerosos, oferecem em contrapartida prejuízos cada vez mais graves—consequências, por uma lado, do desenvolvimento industrial e do progresso técnico e, por outro, das próprias estruturas de consumo. Degradação do quadro colectivo pelas actividades económicas: ruído, poluição do ar e da água, destruição das paisagens e lugares, perturbações das zonas residências pela implantação de novos equipamentos (aeroportos, auto-estradas, etc.). (BAUDRILLARD, 1969, p. 36).

Esse novo espaço está imerso na transformação da energia elétrica que proporcionou a maior transformação nas relações sociais do homem, possibilita um novo emaranhado de objetos. Mudou as relações sociais dos indivíduos alterando as antigas formas de convívio para relações onde se perpassa por um click de um botão.

O acender da luz, o banho quente, atender ao telefone, o ligar a televisão foram relações que se perpassam na cidade, mas ao atingir a esfera social do campo proporciona o conforto e bem estar para os indivíduos. As relações de trabalho, a inserção dos moradores em outros ramos e atividades e a aposentadoria, considerada também como uma urbanidade se relacionam num complexo de complementaridade. Para Rua (2002, p. 41) “As “urbanidades” são constituídas por uma enorme gama de manifestações que vão desde a melhoria da infraestrutura e dos meios de comunicação até a aposentadoria e novas formas de lazer.

Há toda uma série de transformações decorrentes de ações de população de áreas rurais, e as vezes de origem urbana, que precedem a urbanização formal (normalmente, sem qualquer intencionalidade, nesse sentido) e que resultam em territorialidades híbridas, com aspectos rurais, que lhes dão as especificidades, e com “urbanidades” que relacionam estas territorialidades ao movimento do todo social. (RUA, 2002, p. 44).

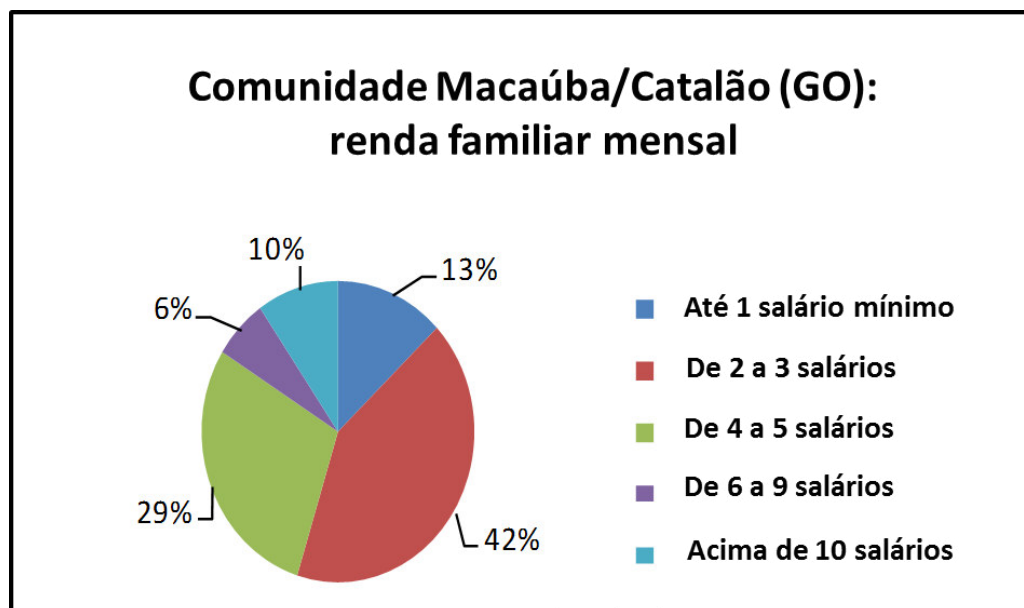
De acordo com Rua a mobilidade campo-cidade, cidade-campo facilitada pelo avanço de infraestrutura, possibilita a urbanização e pode significar um novo modo de organização social no rural, funciona como o derramamento urbano para áreas rurais sob a forma de inovações transformadoras, de pensar, agir e produzir urbano. A mobilidade também desenvolve uma maior interação através do consumo de serviços e mercadorias, caracterizando o que se denomina a difusão de urbanidades. O consumo dos objetos perpassa pela renda familiar dos agricultores camponeses. O que se observou foi o poder aquisitivo de compra das pessoas e foi nítido o óbvio, quanto mais se ganha mais se compra, e está claro até mesmo na fala de um entrevistado: “*devemos acompanhar a evolução, quanto mais dinheiro ganhar, melhor.*” (Entrevistado 22, setembro de 2013).

De acordo com Lipovetsky (2006), à medida que a sociedade enriquece, surge incessantemente novas vontade de consumir. Quanto mais consumimos, mais queremos consumir. Essa época de abundância é indissociável a um alargamento indefinido da esfera das satisfações desejadas e de uma incapacidade de por fim aos apetites consumistas, sendo a saturação de uma necessidade acompanhadas de novas exigências.

Esse processo é tão diferenciado/diferenciador que, numa mesma localidade, alguns habitantes têm acesso a essas “urbanidades”, enquanto outros não, reforçando-se, com isso, as desigualdades inerentes ao desenvolvimento do capitalismo [...] (RUA, 2002, p. 44, grifo do autor).

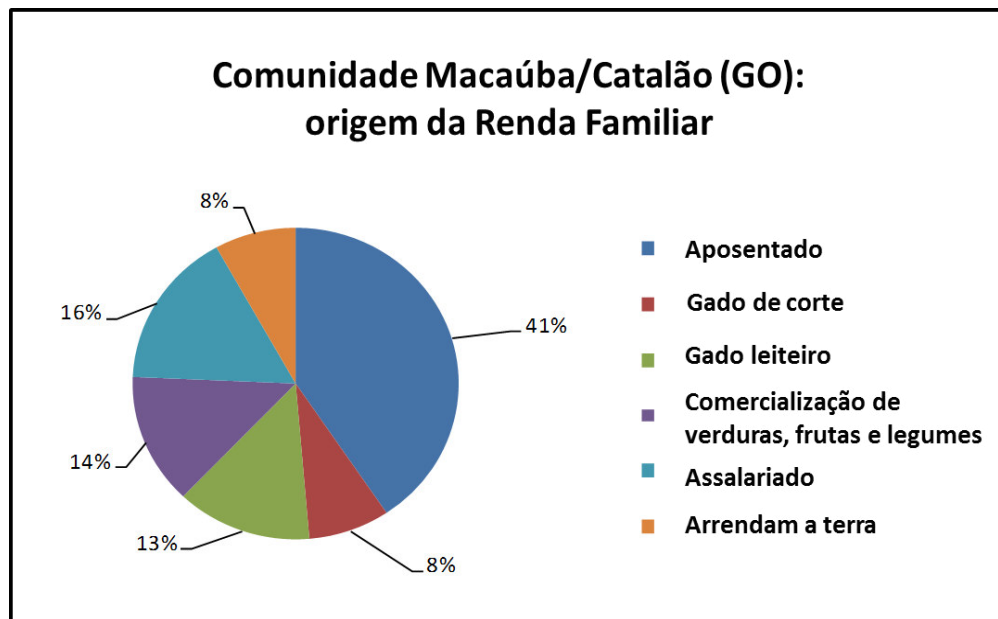
A renda familiar dos moradores é bem distinta, e esses agricultores camponeses que são aposentados completam sua renda salarial com a pequena produção de sua propriedade (comercialização do leite, produção de hortaliças, produção de doce e queijo) (Gráfico 6) sobre a renda familiar. Observamos que 42 % da renda está na faixa de 2 a 3 salários¹³ e em contrapartida, um percentual de 10% dos moradores compõe um renda familiar acima de 10 salários mínimos por mês. Esses moradores, em parte, possuem em suas terras meios tecnológicos que possibilitam maior rentabilidade em sua produção, como por exemplo a ordenhadeira, venda de sêmen e inseminação artificial. É notória a porcentagem de camponeses aposentados na Comunidade, reflexo do envelhecimento populacional da zona rural.

Gráfico 5 – Comunidade Macaúba – Catalão (GO): renda familiar mensal



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D. (2013).

¹³ Salário mínimo correspondente ao ano da pesquisa é de R\$ 678,00 reais.

Gráfico 6 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): origem da renda familiar

Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Org:** RAMOS, H. R. D. (2013).

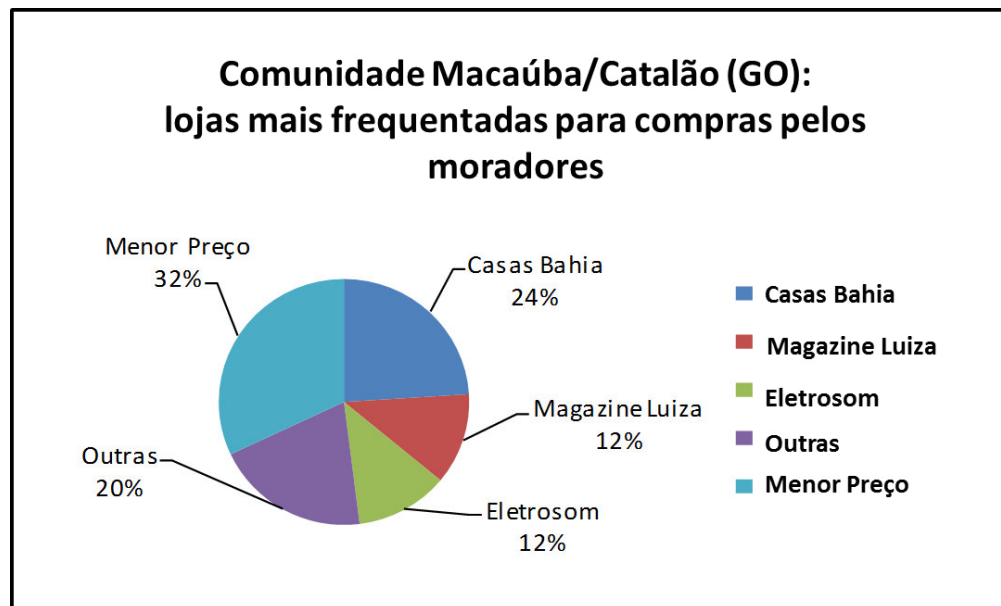
Os produtos perecíveis e não perecíveis dos produtos são consumidos exclusivamente no município de Catalão que conta, hoje (2014), com inúmeros estabelecimentos comerciais, concentrados no Centro, principalmente, nas avenidas 20 de agosto, José Marcelino, Raulina Fonseca Pascoal. Há também uma descentralização do comércio, estes estão criando novos subcentros, concentrando nas avenidas Dr. Lamartine Pinte de Avelar, Cristiano Vitor, Dois de outubro e na rua Pio Gomes, no Bairro Pio Gomes, além do Rodoshopping. Assim, estes espaços são os mais consumidos no município. As lojas mais lembradas na aquisição dos bens estão demonstradas no gráfico 8.

As lojas, de preferência aquelas para compras, foram diversas; muitos anunciaram não terem lojas de preferência, mas a que fornece o melhor preço. Há uma diversidade de lojas existentes no município, porém, as de preferência foram a maior rede de varejo do Brasil, as Casas Bahia. Não era de duvidar sobre o potencial de escolha da empresa, em relação à repetição publicitária desta empresa nos canais abertos de rádio e TV brasileira. E essas propagandas publicitárias estão imbuídas de sentidos, de realização de sonhos, valorização do indivíduo e da família, como foi observado nas propagandas de final de ano de 2013. Essas considerações são mostradas por Lipovetsky (2006):

[...] em primeiro lugar, muitas campanhas abandonam a estratégia do elogio repetitivo do produto, privilegiando o espectacular, o lúdico, o humor, a surpresa e a sedução dos consumidores. A publicidade designada como criativa é a expressão desta mudança. O que se pretende já não é vender um

produto, mas sobretudo um modo de vida, um imaginário, valores capazes de desencadear uma emoção: o objetivo da comunicação é cada vez mais criar uma *relação afetiva* com a marca. A finalidade da persuasão comercial mudou: já não basta inspirar confiança, divulgar e fazer memorizar um produto – é preciso mitificar a marca e fazer o consumidor *apaixonar-se* por ela. (LIPOVETSKY, 2006, p. 81–8,2 grifos do autor).

Gráfico 7 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): lojas mais frequentadas para compras pelos moradores



Fonte: Pesquisa de Campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D. (2013).

A forma de pagamento utilizada ao comprar os utensílios domésticos é diversa, e tem equivalência com a condição financeira dos agricultores camponeses. Utilizam todas as formas de pagamento, isso é regido de acordo com o momento financeiro das famílias. Na análise feita, 57% dos entrevistados dizem ter preferência em comprar a vista, pelo desconto oferecido e pelo planejamento familiar. As compras realizadas no carnê tiveram o segundo maior destaque com 14% e em seguida por compras realizadas com o cartão de crédito que atingiu a margem de 13% dos entrevistados. Existem dificuldades em comprar nessas empresas pelo carnê e em fazer o cartão, em consequência da falta de comprovante de renda e comprovante de endereço. Essa facilidade de compra pelo crédito é proveniente das mudanças econômica e incentivos a compra.

Toda a máquina econômica se esforça nesse sentido, através da renovação dos produtos, da mudança dos modelos e dos estilos, da moda, do crédito, da sedução publicitária. O crédito é encorajado para que se possa comprar as maravilhas da terra da abundância, para que o indivíduo concretize os seus desejos sem ter de esperar. (LIPOVETSKY, 2006, p. 3).

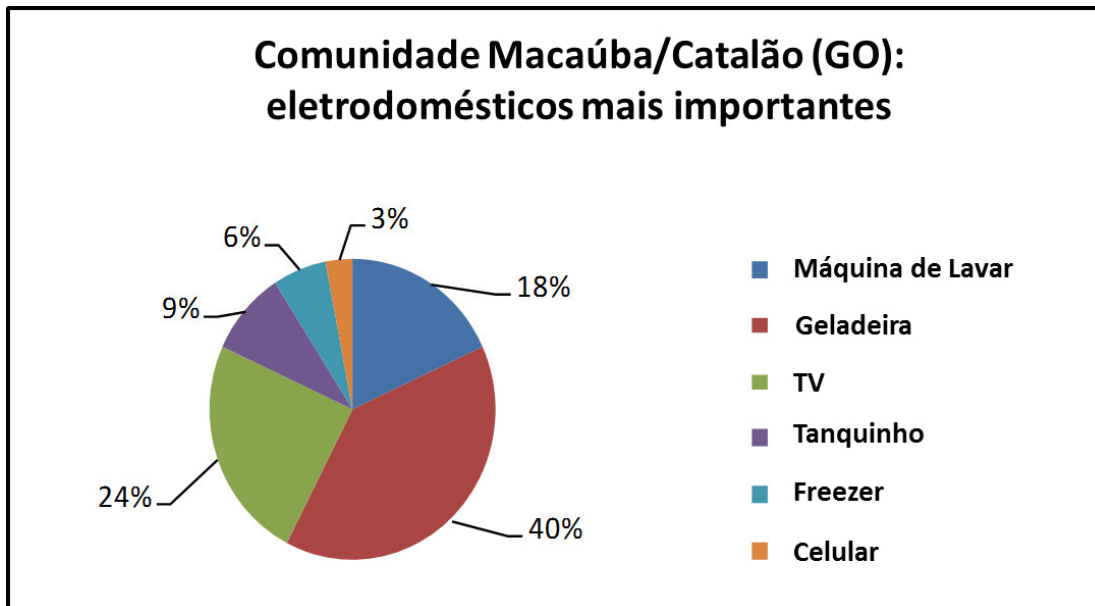
As desigualdades inerentes ao sistema de produção capitalista são observadas pela sua paisagem. As urbanidades estão evidenciadas nos padrões construtivos das novas residências, trazidos pelo fácil acesso dos moradores ao município de Catalão (Foto 3). Na grande maioria das residências visitadas existe a casa considerada sede, e as antigas residências que não foram demolidas após as construções das novas, servem como moradia para os funcionários ou como local de guardar ferramentas e/ou ferramentas de trabalho. Além das inovações arquitetônicas, os postes elétricos estão presentes em grande parte das residências rurais com objetivo de clarear o entrar das casas durante o anoitecer.

Foto 3 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): urbanidades presentes nas arquiteturas das residências



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

A rede elétrica possibilitou os agricultores camponeses a adquirirem os eletrodomésticos e, muitos, hoje, são considerados indispensáveis para aqueles que moram no campo. Esses objetos servem como utensílios que proporcionam maior disponibilidade a essas pessoas, podendo exercer outras atividades no decorrer do dia. Os eletrodomésticos mais usados pelos moradores da Comunidade podem ser visualizados no gráfico 9.

Gráfico 8 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): eletrodomésticos mais importantes

Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Org:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Dentre os eletrodomésticos mais utilizados, o destaque foi para a geladeira. Esta possibilitou a mulher fazer compras maiores, além de conservar os alimentos por maior tempo, permitindo a diversificação quanto a forma de alimentação. Quando os suínos e os bovinos são abatidos para o consumo, estes tinham diferentes modos de serem armazenados como a carne de lata, ou carne de sol. Atualmente, a carne é guardada em pedaços na geladeira, e possibilita maior conservação dos alimentos. Por isso, a geladeira foi denominada como o eletrodoméstico mais importante pelos moradores. O freezer também tem um aumento significativo nos lares das famílias da Comunidade pela quantidade de carne e alimentos a serem armazenados. Nesse sentido, o pensamento de Padilha (2006, p.59) reforça a observação: “o automóvel mudou a forma de locomoção das pessoas e, ao lado da geladeira e do freezer, possibilitou às donas de casa fazer compras maiores, que poderiam ser estocadas em casa.” (PADILHA, 2006, p.59).

A televisão, como observaremos no gráfico 10 torna-se o objeto mais lembrado e desejado por essa Comunidade. É comum avistarmos antenas externas nas residências. Estas permitem melhor transmissão de imagens. No universo da pesquisa, 100% dos entrevistados possuem antena analógica para captar sinal via satélite, e, desses, 80% possuem antenas parabólicas, 17% já adquiriram o plano mensal de TV a cabo disponível pela SKY e apenas 3% com a antena externa tradicional.

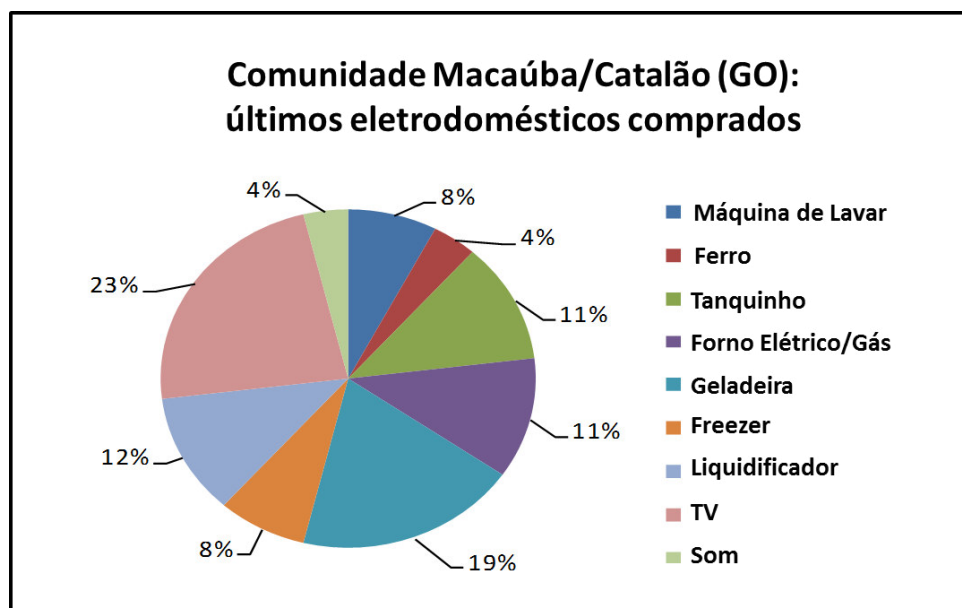
Nesse sentido, podemos perceber que a Comunidade está agregada com o sentido cultural na presença da TV, como um elemento difusor de ideologias, e a distração ao

entardecer do dia. Existe uma diversidade desse objeto, desde televisores de 14 polegadas a televisores de 50 polegadas de LCD, a média de televisor na Comunidade é de 1,4 por residência, ou seja, em todas as residências havia televisores, e em algumas residências com duas ou mais televisões, e 11% dos sujeitos havia trocado seus televisores por TVs de LCD com sinal digital, uma crescente individualização de equipamentos dentro das famílias. Para ilustrar, a tendência de mais de um objeto nas casas pode ser vista na citação de Lipovetsky (2006):

[...] o consumo a centrar se cada vez mais no equipamento dos indivíduos dentro de uma mesma família. A proporção das famílias com dois automóveis passou de 11,4% em 1973 a aproximadamente 30% em finais dos anos 90. Em 1981, 10% das casas possuíam pelo menos dois televisores; eram mais de 40% em 1999. Cada vez mais, a regra é o multiequipamentos em aparelhagens de alta fidelidade, máquinas fotográficas ou telefones. O mesmo poderá dizer em breve dizer-se dos computadores para uso domésticos. (LIPOVETSKY, 2006, p. 83–84).

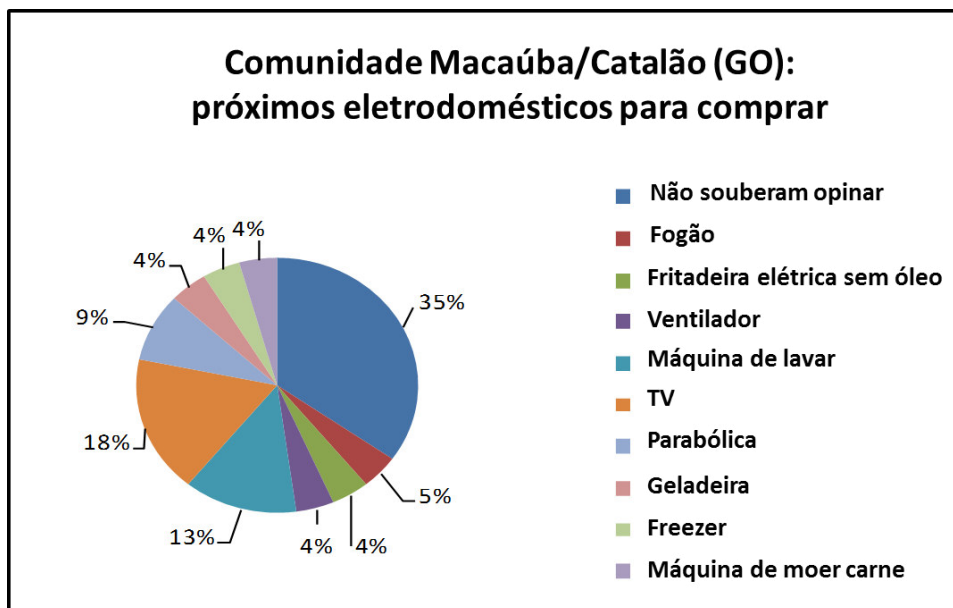
Essa realidade é incorporada em várias residências, e os gráficos 10 e 11 fazem uma comparação entre os eletrodomésticos adquiridos pelos moradores e quais serão os próximos a serem incorporados no cotidiano familiar.

Gráfico 9 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): últimos eletrodomésticos comprados



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D. (2013).

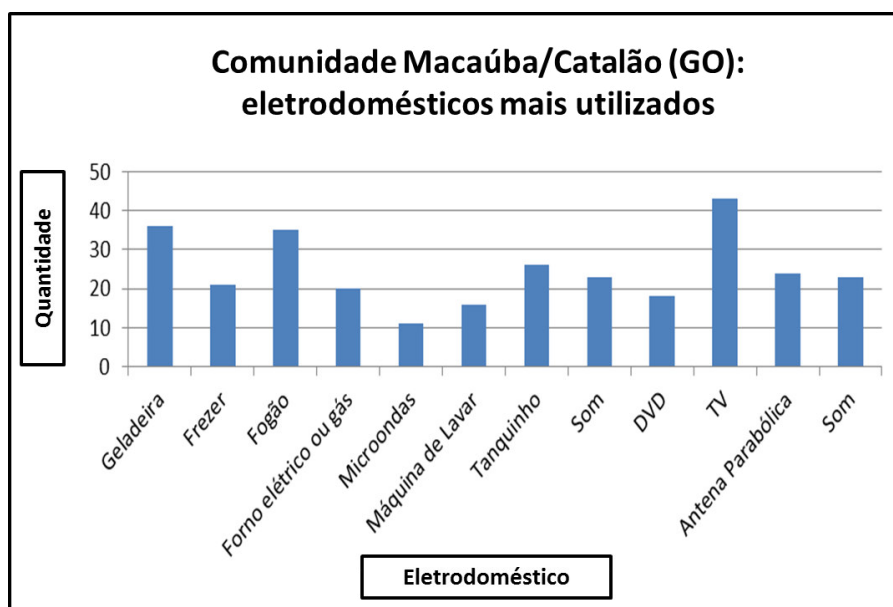
Gráfico 10 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): próximos eletrodomésticos para comprar



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D. (2013).

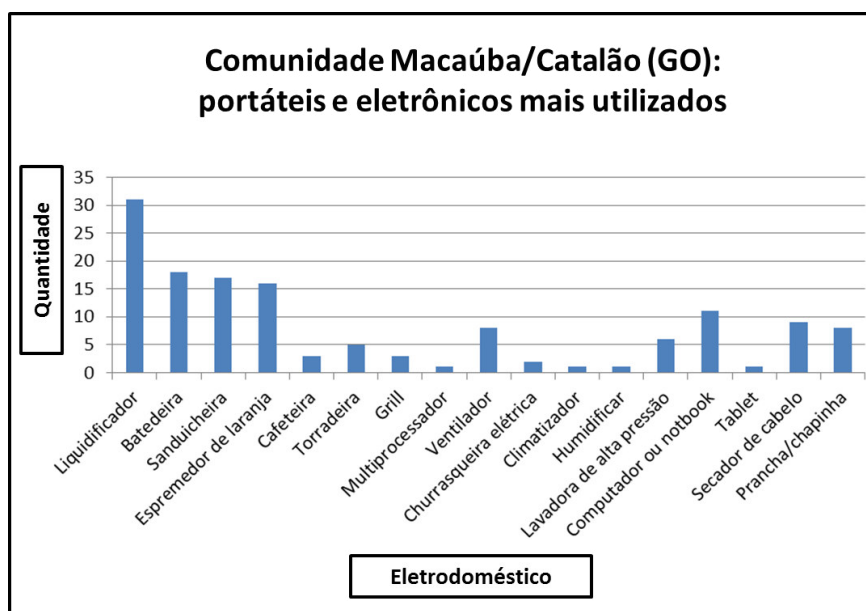
Na análise dos gráficos 9, 10, 11 e 12 podemos concluir que a televisão é o eletrodoméstico que tem grande destaque, sendo considerado o segundo mais importante, pois seria difícil viver sem esse, foi o mais trocado pelos agricultores camponeses e o que tem a pretensão de ser substituído por um novo, nesse caso trocado por modelos LCD.

Gráfico 11 – Comunidade Macaúba/Catalão (GO): eletrodomésticos mais utilizados



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Org: RAMOS, H. R. D. (2013).

Gráfico 12 – Comunidade Macaúba, Catalão (GO): portáteis e eletrônicos mais utilizados



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Org:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Na comunidade verificamos também uma difusão dos acessórios do lar, um número cada vez maior de domicílios equipados com máquinas de lavar, de informática com acesso a internet, algo que esta diretamente associado a hábitos influenciados pela população citadina. Na foto 4 podemos observar a gama de produtos presentes nas residências dos moradores, o que proporciona, hoje, o mesmo bem estar de uma residência urbana. Ou seja, casas aparadas com internet, computador e notebooks, televisores LCD, antenas parabólicas e de TV por assinatura, máquinas de lavar. E também mesa de bilhar, propiciando o lazer aos moradores e visitantes. Foi possível observar que nas casas com mais utensílios domésticos e com maior acesso as redes sociais, os moradores têm idade inferior a 55 anos de idade.

A imagem a seguir nos possibilita interagirmos com o universo descrito. Na Macaúba encontramos os objetos modernos, potentes e marcas renomadas em relação aos aparatos tecnológicos. Eis um pouco dessa diversidade tecnológicas que fazer parte de seu cotidiano, proporcionando maior conforto e comodidade aos moradores e visitantes (Foto 4).

Foto 4 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): diversificação das urbanidades: computadores, notebooks, geladeira, freezer, TV, Som, antena Sky, tanquinho, máquina de lavar



Fonte: Pesquisa de campo (2013). Autor: RAMOS, H. R. D. (2013).

Diversos indivíduos, que hoje vivem nas cidades, possuem algum laço familiar com o rural. Essa interação entre indivíduos é propulsora para a difusão dos novos objetos e isto ocorre na Comunidade aos finais de semana ao adentrarem na Comunidade para visitarem seus entes e amigos. Existe na Comunidade uma residência que é utilizada como espaço de

festas, e é alugada pelo seus proprietários para a realização de eventos, e conta com piscinas, churrasqueiras, quadra de esportes e ar condicionado. Entretanto, durante a pesquisa de campo esta estava em situação de abandono, com restos de festas anteriores o que possibilitaria grandes problemas com o acúmulo de água em alguns utensílios encontrado pela propriedade. CandiOTTO e Corrêa fazem a seguinte consideração sobre essas propriedades:

[...] entre as diversas atividades não-agrícolas que vêm crescendo no espaço rural, destacamos a abertura de propriedades rurais ao lazer e ao turismo. Estas conduzem à ampliação de ruralidades em indivíduos que habitam a cidades (visitantes), mas, principalmente, contribuem para a incorporação de urbanidades nos indivíduos que têm origem rural e ainda vivem no campo, sobretudo, aqueles que passam a abrir suas propriedades à visitação. [...] A partir do crescimento das atividades não agrícolas no campo, intensificam-se as relações e a interdependência entre o urbano e o rural e, por conseguinte, as urbanidades e as ruralidades. Essa nova dinâmica do espaço rural é significativa, pois o rural se tecniciza, levando ao crescimento de famílias rurais pluriativas e, conseqüentemente, à ampliação das urbanidades na população rural. Por outro lado, o maior interesse da população considerada rural pode conduzir a novas ruralidades entre indivíduos urbanos, mesmo que tais ruralidades seja encenadas. (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008, p. 226).

Essa interação é proporcional à difusão ideológica das urbanidades e ruralidades como expõem CandiOTTO e Corrêa (2008):

[...] ao carregarem consigo referências de ruralidades e/ou de urbanidades, os objetos técnicos influenciam a percepção de indivíduos e de grupos sociais sobre o que é rural e urbano. Um objeto técnico (parabólica, TV a cabo, internet) pode conduzir novas territorialidades, tanto na população urbana, mas principalmente nos rurais. Essas novas territorialidades pode ser ruralidades ou urbanidades, e levar à aquisição de novos objetos técnicos (de caráter rural ou urbano), podendo gerar um novo processo de mudança de percepção e comportamento dos indivíduos e das famílias. (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008, p. 223).

A internet, o rádio juntamente com a tevê são objetos responsáveis pela persuasão da ladainha publicitária de que tudo lhe será previamente apresentado sob a forma de símbolos, infligindo o poder de compra. “A mensagem da TV não são as imagens que transmite, mas os novos modos de relação e de percepção que impõe, a mudança das estruturas tradicionais da família e do grupo.” (BAUDRILLARD, 1969, p.149). Essas mudanças estruturais nas relações tradicionais nas famílias e nas Comunidades rurais são elementos de reciprocidade entre urbano e rural que são reorganizados e que mantem algumas especificidades, como podemos observar na fala de CandiOTTO e Corrêa:

[...] apesar de predominarem as ruralidades nos indivíduos que vivem e trabalham no rural, estas vão se modificando mediante a relação desta com as técnicas e com o urbano. Por outro lado, a população urbana também é levada a apresentar ruralidades, estas ligadas ao seu interesse pelo rural. No entanto as ruralidades dos urbanos podem ser profundamente idealizadas pela mídia e por atores interessados no rural como mercadoria, vendendo a ideia de rural como natureza e como espaço de vida mais saudável. Da mesma forma, a mídia tem forte influência nas urbanidades dos rurais, isto é, na incorporação de valores urbanos pela população rural, seja por meio da TV (novelas, telejornais etc), da internet ou do *marketing*. (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008, p. 220 grifo dos autores).

Dentre todos os símbolos da modernidade intrínsecos na Comunidade o telefone celular tem apresentado uma relação fundamental no cotidiano do sujeito, e atinge a marca de dois celulares e meio (2,5) por residência. Essa difusão é propiciada pela tecnologia GSM, o chip pode ser trocado constantemente de aparelho, promovendo a troca e incentivando o consumo já que a facilidade de permanecer com o mesmo número é certa. E concluímos que a quantidade de celular presente é igual ou superior do que a quantidade de moradores na Comunidade.

Por fim, os vastos elementos encontrados na Comunidade são frutos das transformações que foram acentuadas desde a década de 1970. As atividades características no cotidiano das populações rurais têm se transformado em função do conjunto de vastos elementos que se desenvolveram desde a modernização da agricultura e a crescente interação entre o espaço rural e urbano, o que levou a uma redefinição das relações econômicas e sociais preexistentes, o campo se transforma e a urbanização, como Rúa (2002) defende, não destrói por completo o rural, justamente em função do processo de desenvolvimento do capitalismo se dar de maneira desigual no espaço, e os elementos tipicamente urbanos penetram no mundo rural e são absorvidos por estes e integram-se as novas ruralidades.

5.3 Os reflexos da sociedade de consumo na questão cultural da Comunidade Macaúba

A religiosidade é algo que está presente nos moradores da Comunidade Macaúba. Ao adentrar as residências é fácil visualizarmos imagens, quadros, orações e terços nas residências. São fatores para a construção e reprodução de valores morais e éticos na construção da cultura local. A religiosidade é visível nos deveres e condutas no dia a dia dos

moradores, desde suas relações sociais, produtivas e organizacionais através das festas religiosas e culturais.

A religião católica é predominante entre os entrevistados pertencentes às famílias residentes da Comunidade Macaúba. Dentre os moradores entrevistados 91% dizem pertencer à religião Católica Apostólica Romana, 6% são evangélicos e 3% se denominaram ateus. A predominância católica na Comunidade proporciona que, uma vez ao mês, ocorra uma missa na capela da Comunidade, com a vinda de um padre da diocese de Catalão. Não há uma difusão nas informações e nem todos os moradores sabem da ocorrência da missa. Muitos acreditam que o evento foi extinto, e outros dizem não participar da missa recorrendo à celebração no próprio município, vindo todos os domingos para a cidade para assistirem a missa.

O outro percentual (6%) denominados de evangélicos participam de cultos realizados semanalmente na casa de moradores locais, revezado entre as residências e se desloca eventualmente para a cidade para participarem dos cultos nas respectivas igrejas. E por fim, os que dizem acreditar em Deus mas não frequentam nenhuma igreja, nem a da Comunidade nem mesmo outra na cidade. A predominância da religião católica é fator propiciante a gama de festa em devoção aos santos padroeiros na Comunidade.

De acordo com Ferreira (2012), antes da construção da igreja na Comunidade, os moradores criaram práticas próprias para orar. As rezas dos terços que aconteciam em dias santos, das benzedoiras que, através do poder da oração, pediam para a cura de doenças, espantar mal olhado, e mesmo invocar o mal a outros, foram extintas a partir da inserção da igreja na Comunidade. Devido essas práticas não serem aceitas pela Igreja Católica, houve a extinção das antigas relações culturais locais.

Na atualidade, as expressões religiosas do catolicismo na Comunidade são em devoção aos santos, com a realização de festas, e construções simbólicas de altares com velas, bíblia, imagens de Jesus Cristo, de Nossa Senhora e o santo protetor da família; e as novenas. As festividades são, em grande parte, organizadas pelos moradores, a igreja se ausenta em partes da organização destas tradições.

As novenas são frequentes na Comunidade Macaúba desde início do século XX. Porém, as urbanidades foram alguns dos fatores que proporcionaram a eliminação de algumas, devido a mudanças estruturais, sentidos e formas de realização.

A novena [...] não existe mais na Comunidade, a última a ser realizada ocorreu no ano de 2003. [...] em outros tempos a novena tinha um caráter

religioso era realizada em homenagem aos santos Nossa Senhora da Aparecida, Nossa Senhora da Abadia e São João. Participavam da novena apenas pessoas da Comunidade Macaúba e esta era feita em casa. Posteriormente, ao se tornar uma festa grande, com o envolvimento de pessoas de outras Comunidades e da cidade, a novena foi perdendo suas características iniciais, e se tornou as conhecidas “festas de roça” que reúnem uma quantidade muito grande de pessoas, para dançar, beber e comer. (FERREIRA, 2012, p. 141, grifo do autor).

Esse tipo de festividade teve fim devido às modificações de suas práticas, não havia mais o caráter religioso e as urbanidades foram os fatores que proporcionaram tais acontecimentos. Outro fator foi a saída de famílias da Comunidade que passaram a residir na cidade. Como coloca Ferreira (2012) após as novenas começavam a festa com as pessoas de outras comunidades e da cidade, o festeiro já não era morador da Comunidade, os moradores pagavam muitas coisas para que ela ocorresse, como banda, cozinheiros, garçons, e foi perdendo o sentido cultural e dava só prejuízo não recebendo nenhum retorno financeiro pela realização para a Comunidade. Se houve fins lucrativos esses eram compartilhados entre os festeiros que, por fim, eram externos à Comunidade.

Muitas outras Comunidades do município de Catalão ainda mantêm as novenas, seguidas de festas, mas estas perderam o sentido estritamente religioso. É bastante comum as pessoas irem às festas, principalmente jovens, porém todos vão para participar do baile, do leilão, dos “comes e bebes”. Quanto à parte cultural são poucos os frequentadores.

Rua (2002) destaca que as urbanidades não são apenas as mudanças físicas, concretas de um espaço, mas sim transformações sociais, culturais e políticas, é a penetração do mundo rural, por experiências urbanas, onde estas destacam-se como o principal deflagrador de urbanidades, alterando o significado do mundo rural. Assim, a festa perde o sentido cultural, o esvaziamento da população e a exterioridade de sua organização fez com que os moradores da Comunidade acabassem com a festa. São realizadas duas novenas, onde participam apenas moradores da Macaúba, com sentido cultural e religioso. E o campo nos possibilitou a inserção dentro de algumas dessas festividades e o olhar se passou sobre as inserções culturais das urbanidades e como estas se interferiram no contexto cultural.

Uma das novenas ocorre no período que antecede o Natal no mês de dezembro. As famílias se reúnem uma vez por semana no Centro Comunitário da Comunidade ou em suas próprias casas fazendo orações reflexivas na espera do nascimento do Jesus. No último dia em que se comemora o nascimento de Cristo, as famílias, fazem uma confraternização, sendo que cada uma, leva algum tipo de alimento para compartilhar com os demais. (FERREIRA, 2012, p. 142).

Outra novena que acontece na Comunidade se inicia na quarta-feira de cinzas e termina da sexta-feira da paixão. São 40 dias onde alguns religiosos deixam de comer carne, outros fazem algum tipo de promessas e até mesmos jejuns de determinados alimentos, em preparação para a ressurreição de Cristo.

Na sexta-feira da paixão as famílias da Comunidade se encontram na quadra de esporte para o início à novena. As 15h caminham até o local para iniciar a procissão Via Sacra em memória ao amor, julgamento e morte de Jesus Cristo. O trajeto percorrido em tempos passados era mais distante, porém com a redução de participantes esse percurso foi adaptado e reduzido. Um morador caminha a frente com a imagem de Cristo (Foto 5), e a cada parada faz uma oração e cantam, colocam uma cruz à beira da estrada e repete isso por varias vezes simulando as 14 estações que Cristo percorreu até sua morte. A caminhada termina quando chegam ao Centro Comunitário, onde é realizada a missa final.

Foto 5 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): Procissão Via Sacra



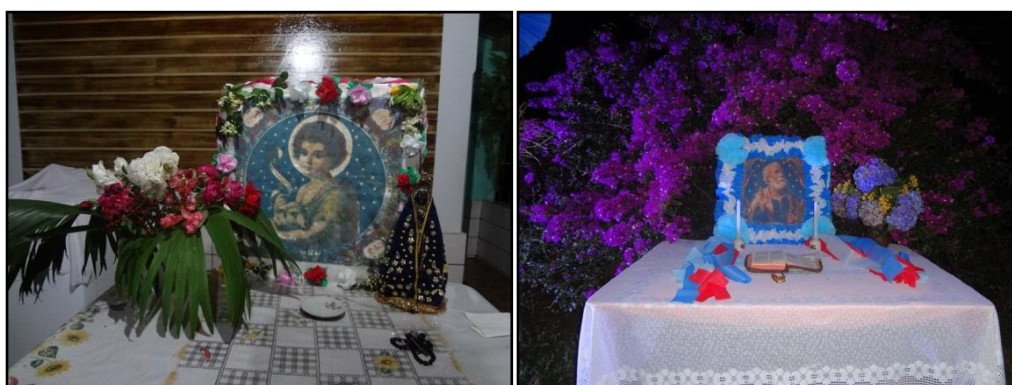
Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

A devoção aos santos padroeiros é outro ponto característico dessa Comunidade. Os moradores acreditam que os santos são capazes de conceder milagres e a proteção para aqueles que são devotos. É comum fazer promessas aos santos em prol de algo solicitado. E caso essa bênção venha a ser concedida, o que foi previamente definido pelo sujeito é cumprido, seja por bens materiais ou do mundo espiritual. Os santos mais prestigiados são: Santo Antônio (santo casamenteiro), São João Batista (que batizou Jesus) e São Pedro (protetor dos pescadores), onde a tradição perpetua anualmente fazer as festas nos meses de junho, que originam as festas juninas.

As festas são organizadas em cronogramas para não haver coincidência de duas festas em um mesmo dia. Por vez, ocorrem seguidas, um dia na casa de um vizinho e outro dia na casa de outro, em devoção ao mesmo santo. Na Comunidade são realizadas festas em devoção a São João Batista em três residências, uma no dia que antecede ao dia de São João que é dia 24 de junho, e outra no dia após o dia do santo. Os dias de Santo Antônio, dia 13 de junho, e de São Pedro, dia 29 de junho são comemorados no dia dedicado ao santo, sendo cada um comemorado em uma residência. (FERREIRA, 2012, p. 143).

Para os preparativos, o trabalho é desenvolvido em coletividade, com membros da família, vizinhos, amigos. Todos ficam envolvidos nos preparativos, crianças, jovens, homens e mulheres. Os homens se responsabilizam pela parte estrutural da festa, com a preparação do mastro, enfeitado com limões para erguer da bandeira, recolhe a lenha e prepara a fogueira, limpam o terreno. As crianças auxiliam nas tarefas dos adultos. As mulheres são responsáveis pela organização da casa, na confecção dos enfeites, e na preparação dos comes e bebes tradicional: biscoito, pão de queijo, mané-pelado¹⁴, canjica, pipoca, milho cozido, chá, café, quentão e suco. Nessa fartura existente foi notável a presença de produtos industrializados tais como refrigerantes, a cerveja dentre outros. Os convidados são os parentes, vizinhos e amigos independentes de pertencerem à Comunidade ou não, há uma grande quantidade de pessoas que vão para a festa em comemoração aos santos. Para o início da festa todos se colocam de frente a bandeira do santo em homenagem, a bíblia sagrada, imagem de Nossa Senhora da Aparecida, velas e enfeites (Foto 6).

Foto 6 - Comunidade Macaúba/Catalão(GO):altar com as bandeiras de São João Batista e São Pedro



Fonte:Pesquisa de campo (2013). Autor: RAMOS, H. R. D. (2013).

¹⁴ Bolo que tem como principal ingrediente a mandioca.

No dia 23 de junho de 2013, foi realizado a Festa de São João Batista na residência do Sr. Dioclésio de Oliveira (Foto 7). A festa começou com oração do terço, leituras de passagens bíblicas e canto de algumas músicas. De acordo com Ferreira (2012), o canto é o mesmo todos os anos e em consequência disso já existe um coro formado pelos participantes. Durante a realização da parte cultural, foi nítida a presença das urbanidades, principalmente pelas vestes pessoais e por uma interrupção ocasionada pelo tocar do celular.

Foto 7 - Comunidade Macaúba /Catalão (GO): festa em homenagem a São João Batista



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Ao término da oração do terço, as pessoas caminham para o espaço onde foi construída a fogueira, enquanto preparavam para hastear o mastro com a bandeira do santo e outro grupo se organizava para acender a fogueira, finalizando com o hastear da bandeira, juntamente com os fogos de artifício, em gritos, vibraram “vivas São João Batista”. Assim que as pessoas terminam, começam a servir os “comes e bebes”, as pessoas aproveitam esse momento para prostrar, cumprimentar uns aos outros, cantarem e as crianças aproveitam para se divertirem. Os “comes” foram tradicionais da zona rural, biscoito, bolo, pipoca, doces dentre outros, porém as urbanidades industrializadas como o refrigerante foram tragos para servi-las durante a refeição.

Em 28 de junho do mesmo ano, foi realizada a festa em comemoração a São Pedro, uma festa com, aproximadamente, 120 pessoas, membros da Comunidade, vizinhos e

amigos vindos de Catalão. O hall de entrada possibilitava o olhar de uma bela decoração, estruturas de proteção a chuvas (tendas) foram espalhadas pelo campo onde estes todos estavam repletos de bandeirinhas, enfeites de papéis e iluminação (refletores) em diversas cores de luz. Sobre as mesas pequenos vasos de flores para que os convidados levassem como pequenas lembranças.

A comemoração é uma tradição da família, e ocorre há 51 anos, memória a pedido do pai, já falecido, para que seus filhos continuassem a fazê-la anualmente, para que não perder a tradição. Com uma estrutura bem diferenciada das demais festas juninas, e todos vestidos à moda country (semelhante à vida rural americana) (Foto 8), os convidados seguiram o mesmo ritual de orações, em seguida com o hastear da bandeira, o acender da fogueira, a queima de fogos e os comes e bebes. Além da apresentação de uma dupla sertaneja, a festa contava com banheiros químicos, tendas decoradas, os convidados se fotografavam, mas duas ou três famílias apenas com máquina fotográfica, esta que não é muito utilizada. O celular ocupa o destaque maior hoje no ramo fotográfico devido sua alta resolução de imagens e pela presença constante já que este tem se tornado elemento essencial a todas as pessoas, principalmente pela possibilidade de postar instantaneamente as fotos tiradas nas redes sociais e outros utilizavam seus tabletes enquanto isso a criançada se divertindo no vídeo game.

O que ocorre é a urbanização dos comportamentos, que atua muita mais amplamente e de forma mais impactante que a transformação física propriamente. Hábitos, costumes e práticas sociais se transformam dando margem à nova organização espacial, que acaba imprimindo novas marcas e assim novos significados a paisagem geográfica do campo que, até pouco tempo, reconhecíamos e autodeterminávamos facilmente como rural. Por esta razão, surgem estes novos espaços, estas novas paisagens, reconhecidos por seu caráter híbrido, marcados pela integração rural-urbano e assinalados pela forte presença de “urbanidades no rural”. (NEVES, 2003, p. 21).

Esta interação entre participantes, como o levar do urbano sob a forma de produtos eletrônicos conduz um novo viver para aqueles que, imbuídos de sentidos culturais, se vêem diante de tais objetos, despertando a curiosidade, a vontade e, conseqüentemente a sociabilidade desses novos objetos ao seu cotidiano, transformando o modo de viver, brincar e descansar, cooptado pelo sentido do consumo.

Foto 8 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): urbanidades no rural, festa em homenagem a São Pedro



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. jun./2013.

As urbanidades na Comunidade Macaúba fazem parte de seu contexto histórico, sendo um ponto de interesse, internacionalmente, não só pelas empresas mineradoras, mas por questões culturais que poderão ser esquecidas, dentre elas o casarão fundado por Henry Oedenkoven e a lenda sobre a música “cabelo loiro”.

5.3.1 Família Oedenkoven¹⁵: histórias a se perder no tempo

Henry Oedenkoven era um jovem médico belga descendente de alemão, rico herdeiro de um industrial suíço que, com incentivo de seu pai, teve iniciação sexual com uma prostituta onde contraiu sífilis. Como tal doença na época (fim de 1890 e início de 1900) era incurável, procurou em terapias alternativas e vegetarianismo, e se tornou frugívoro. Foi curado com auxílio de um homeopata e tal experiência despertou-lhe um novo estilo de vida.

¹⁵ As informações contidas nesse item da seção, foram obtidas através dos relatos dos moradores, registradas no diário de campo, e com conversas informais com netos e bisnetos de Henry Oedenkoven que moram no município de Catalão.

Assim conheceu Ida Hoffman, líder feminista, anarquista e professora de piano. Ida aderiu também o estilo de vida de Henry.

Ida Hoffmann e Henri Oedenkoven são dois famosos personagens do avante-garde anarquista, naturista, vegetarianista, da sociedade alternativa e do amor livre, exteriorizando este complexo estilo de vida em sua famosa Colônia Espiritualista, Naturista e Vegetarianista Monte Verità. E, não obstante, estiveram envolvidos nos círculos ocultistas da idade aúrea do Ocultismo Ocidental. (ORDO TEMPLI ORIENTIS INTERNACIONAL, 2006, s/p).

Juntos fundaram a Colônia Monte Verità (A Montanha da Verdade), no Lago Maggiore, em Ascona na Suíça onde o estilo de vida era baseado na vida natural e libertária (vegetariana e naturista).

Ida e Oedenkoven afirmavam que "ante o fato de que as relações humanas estão dominadas pelo egoísmo, a aparência, o luxo e a mentira", era necessário "mudar nossas vidas para uma forma mais natural e saudável de existência". Na colônia, além do vegetarianismo e naturismo, era praticado o amor livre e eles também se permitiam a vestir-se como quisessem, a deixar o cabelo crescer, a caminhar descalço ou com uma simples sandália, sem se preocupar com os padrões da época, uma verdadeira "Sociedade Alternativa", um paraíso sobre a terra. Mas porém o radicalismo as vezes colocava tudo a perder. Oedenkoven era extremamente radical em relação à prática naturista e vegetarianista, não tolerava qualquer atitude que escapasse a estas condutas, e muito menos o alcoolismo na Colônia. Embora a finalidade do movimento fosse a liberdade das tribulações e dificuldades da vida, e dos condicionamentos sociais, as atitudes radicais de alguns também colocavam em xeque a questão da liberdade. Ida e Oedenkoven mantiveram um matrimônio não oficializado. Encontrava-se em Oedenkoven o paradoxo entre o "mordeninho" libertário e o arrogante ditador. (ORDO TEMPLI ORIENTIS INTERNACIONAL, 2006, s/p, grifos do autor).

O Monte de Verità se expandiu de tal forma que virou um declínio ideológico, existiam os anarquistas de um lado, burgueses rebeldes de outro e os artistas todos vivendo em um modismo total. A crise financeira na qual o local passava agravou os desentendimentos, e assim Ida e Henri vendem e partem mundo a fora em busca realmente de criar uma colônia pacata, vegetariana e naturista.

Oedenkoven chega com a família no Brasil por volta de 1920–1925 e Ida já estava no país há algum tempo, onde tinha tentado organizar a Colônia no Sul do Brasil. Todos partem para Cristalina em Goiás, nas terras compradas por Henry, onde tentam formar uma nova Colônia naturista e vegetariana também. Henry percebeu que o Planalto Central era o local ideal para a construção da nova Colônia, mas por uma ação climática, fortes chuvas

provocou uma enxurrada que destruiu boa parte da construção da biblioteca, perderam obras que havia na biblioteca, e Henry já não arcava mais com as despesas da Colônia como fazia no Monte Verità. A partir desse momento a história dos amigos e amantes é incerta para muitos, mais foi exatamente nesse momento que Henry Oedenkoven, que veio ao Brasil para se refugiar do pós-guerra e montar uma nova Colônia naturista, chega ao município de Catalão, onde comprou terras na Comunidade Macaúba no final da década de 1920.

Henry casou se com uma inglesa chamada Isabel, onde tiveram três filhos Silvia, Verus e Justus e tentaram fundar uma colônia naturista na Comunidade Macaúba, porém em consequência das características socioculturais da sociedade local, seus objetivos não puderam ser concretizadas, construíram uma casa no alto de uma serra com vista privilegiada, onde se via ao redor todos os que chegavam ou saíam da Comunidade (Foto 9). A estrutura era muito avançada para a Comunidade naquela época, toda sua infraestrutura havia sido importada da Europa, com sistema de coleta e aquecimento de água, energia, armários embutidos, janelas e portas sofisticadas.

Grande parte dos moradores da Comunidade acreditam que Henry e sua família vieram se refugiar com medo da I Guerra Mundial, e que a casa é cheia de compartimentos, esconderijos e guarita para vigiar algo de perigoso. Já naquela época havia em sua moradia televisor, telefone, abajur dentre outros aparatos utilizados com energia. Como o projeto não foi levado a frente, a família começou a trabalhar a terra, muitos o chamavam de “louco” pois Henry queria fazer com que a água que passava no fundo do vale fosse canalizada para o alto da serra. Henry utilizaria os meios técnicos modernos que conhecia na Europa, porém se sentiu magoado ao duvidarem de tal projeto e decidiu não concretizar seu ideal.

Foto 9 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): casarão pertencente a Henry Oedenkoven (antes (A)/hoje (B))



Autor: desconhecido

Fonte: Pesquisa de campo (2013)
Autor: RAMOS, H. R.D. (2013).

Ele trouxe da Europa professores para letrar e educar seus filhos, onde fundou posteriormente no local uma escola. Também no mesmo local foi criado um armarinho¹⁶ com vendas e confecção de roupas, tecidos e joias de ouro. Era um verdadeiro centro de compras, tudo que precisasse lá se encontrava. Henry também ganhou muito dinheiro com a criação de cobras, seu serpentário tinha mais de 600 cobras, extraíam e vendiam o soro para indústrias em Pinheiros (SP) e para o maior centro de estudos de serpentes (Butantã) na capital paulistana.

Henry faleceu de choque anafilático, em São Paulo, por ocasião de uma cirurgia nas vias aéreas superiores em 1935. Sobre seus filhos: Verus faleceu na cidade de Catalão, Justus aposentado pela Machine Cottons, mora em São Paulo e Silvia foi funcionária da Embaixada do Brasil em Bruxelas e mora na Bélgica. Os filhos do falecido Verus residem ainda na cidade de Catalão e têm a posse da propriedade. O casarão (Foto 10), com estrutura moderna, foi saqueado, levaram todas as portas, janelas e madeiramento. Percebemos através de escritas e datas deixadas nas paredes que o local recebe visitas com frequência e lembra, um pouco, locais de encontros amorosos. Uma de suas grafias deixadas na parede “Aqui dentro destas setes portas eu tranquei o coração” sugere a presença destas visitas.

Foto 10 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): interior do casarão, abandono e desprezo



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Outros visitantes consideram o local “mal assombrado”, e dizem não ter coragem de entrar na residência, que hoje serve como morada de alguns animais. Um bem que deveria ser tombado como Patrimônio Histórico da Humanidade, o local está em ruínas e com suas lembranças em processo de se perder no tempo, pois não há documentos ou trabalho histórico das informações, apenas relatos históricos de seus netos e bisnetos.

¹⁶ Armarinho: loja onde se vendem tecidos, material de costura e atravios femininos (FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: dicionário da língua portuguesa.5.IMP. Rio de Janeiro: Nova Fronteira: 1999.p.192).

5.3.2 Cabelo Loiro: lenda fantasmagórica

Histórias e lendas fantasmagóricas estão enraizadas nas histórias dos moradores das sociedades rurais. A Comunidade Macaúba não seria uma exceção, os moradores enumeram diversos casos e ocorrências de fatos isolados, mas, dentre todos, um chama a atenção pela sua expressividade em relação às lembranças expressas pelos moradores.

A lenda diz que havia uma voz de uma criança chorando, e acreditava que esse choro era pela criança não ter sido batizada antes de morrer. O batismo foi feito, então, com intenção de libertar a alma, mas dizem que acabaram batizando o demônio. E esse demônio passou a atentar toda a Comunidade. Muitos moradores diziam, sempre que ocorressem acontecimentos fantasmagóricos, a dizer que o “capeta do João Machado” está vindo, origem da fazenda onde havia ocorrido o batizado.

Um certo dia, um moço que gostava muito de cantar e tocar violão, passou sobre a conhecida ponte do Verrus (Foto 11), cantando e tocando a música no lombo de um cavalo. A música tocada por ele naquele momento era Cabelo Loiro, do Tião Carreiro e Pardinho.

*“Cabelo loiro vai lá em casa passear
Vai, vai cabelo loiro
Vai cabar de me matar”*

Foto 11 -Comunidade Macaúba/Catalão (GO): ponte do Verrus



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Ao passar sobre a ponte, cantando a música, uma figura esbranquiçada e luminosa deu uma surra no rapaz. A partir de então o acontecido ficou conhecido como “a lenda do cabelo loiro”. Esse não foi o único caso que relatam o acontecido, dizem que um outro rapaz ao passar na mesma ponte sobre um motor (motocicleta), a mesma figura fantasmagórica montou no motor, bateu e acompanhou por um longo trecho até chegar na residência mais próxima. Tais acontecimentos se espalham pela Comunidade e região, e todas as pessoas ao

passarem pela ponte para ir nos terços e rezas, caminham com muito medo e respeito pelas histórias que havia acontecido naquele lugar.

Um dia o professor Juvenil¹⁷ que lecionava na antiga escola situada no casarão deu fim no fantasma. Com uma cruz fez a oração do Credo “Creio Deus Pai” e benzeu uma bala de revólver prata. O fantasma ao aparecer para o professor foi surpreendido com o tiro de bala de prata e a partir de então deu fim em suas aparições. A lenda está presente e ainda permanece sobre as gerações, onde o respeito, o medo permanece ao passar pelo local, afligindo aqueles que pensam em passar catando a tal música.

5.3.3 Televisão, futebol e cavalgada: momentos de lazer e interações em metamorfose

Na Comunidade, o lazer não é um momento excepcional a todos. É como coloca Padilha (2006), não há uma separação entre trabalho e tempo livre, pois os momentos de lazer podem ser os momentos de trabalho, e o trabalho pode ser a oportunidade de divertimento. A jornada de trabalho das mulheres do meio rural é muitas vezes superior à dos homens, e o lazer também era inserido no momento do trabalho. Elas reuniam para conversar enquanto lavavam roupas nos lavatórios coletivos ou em rios, ou nos momentos de trabalhos artesanais como o tricô e costura. Com a inserção dos objetos eletrônicos, a ida ao mercado possibilitou uma ruptura com o trabalho, e o ir às compras para alguns se tornou agradável, pois possibilita ver e conhecer um mundo diferente do seu, e sair da rotina de casa. O lazer do homem está mais ao encontro de amigos, onde se reuniam para jogar cartas e socializar conversas.

O lazer na Comunidade está intrínseco aos programas de televisão, e esses momentos têm se tornado comum, incentiva a individualidade na Comunidade e no mundo, transformando a cultura local que sempre esteve ligada ao sentido comunitário do lazer.

Percebe-se que o lazer rural é raramente individual, embora o campo venha sofrendo profundas transformações desde a Revolução Industrial, o que afeta o modo de gerir o tempo não só de trabalho, mas também de lazer. Entre 1900 e 1930, sobretudo na Europa, o campo integra-se à sociedade nacional, havendo não só uma aculturação do meio rural como também um progresso do individualismo. Há um declínio do sentido comunitário de lazer, uma vez que se busca mais satisfação individual. Contribuem para isso o aumento da alfabetização das pessoas do campo, bem como o desenvolvimento dos meios de transporte, a popularização dos meios de comunicação, como

¹⁷ O professor Juvenil veio ao Brasil a pedido do então patrão Henry Oedenkoven, para alfabetizar seus filhos na Comunidade.

televisão, rádio, cinema, e a integração progressiva do campo na economia de mercado. (PADILHA, 2006, p. 149–150).

Essa popularização do individualismo e disseminação da cultura da televisão, é reforçada com a ideia de Lipovetsky (2006):

[...] a ordem despótica do consumo é precisamente aquela que institui a unilateralidade da comunicação, uma relação social abstracta que impede toda a forma de reciprocidade entre os seres: a televisão é, assim, a garantia de as pessoas não se falarem, de ficarem definitivamente isoladas face a uma palavra sem resposta. A problemática da dessocialização sistemática reforçou-se ainda mais com o desenvolvimento das redes e das novas tecnologias da informação que substituiriam progressivamente a antiga vida em sociedade pelas interações virtuais. (LIPOVETSKY .2006, p. 123).

Na mesma corrente filosófica, Padilha (2006) diz que o lazer é algo que se opõe às obrigações do cotidiano, seria além das atividades desenvolvidas nos momentos do trabalho profissional, doméstico, às obrigações familiares, às obrigações relacionadas à manutenção do corpo, aos estudos. Em outras palavras, o lazer são as atividades que exercemos no tempo liberado das obrigações. O futebol e a cavalgada são alguns momentos de distração e que proporciona maior interação entre os moradores da Comunidade.

O futebol e a cavalgada são tradicionais na Comunidade Macaúba, e têm como objetivo proporcionar maior interação, distração e lazer para os moradores. Torna-se um refúgio ao dia-a-dia e poucos momentos de diversão local, pois as demais festividades como a novena em homenagem a Nossa Senhora da Aparecida, Nossa senhora da Abadia e o voleibol praticado pelas mulheres da Comunidade foram extintas.

De acordo com Ferreira (2012), o futebol amador na Comunidade Macaúba teve o auge no período que abrange as décadas de 1960 e 1990, com a participação dos times em vários campeonatos amadores rurais. Nesse período, a Macaúba contava com cinco campos de futebol: Cerradão, Gabiroba, Ipiranga, Campo Grande e Macaúba (Quadro 3). Cada campo pertencia a uma subdivisão da Comunidade e hoje resta apenas o Macaúba onde ocorre todas as quinta e domingo o encontro para o conhecido “rachão”¹⁸. Os demais campos entraram em desuso e com o tempo foram destruídos pela falta de manutenção, provocado em parte pela redução da população da Comunidade. Ao longo dos anos de diversidade no campo, três times tiveram o destaque regional conquistando alguns títulos nesses campeonatos:

¹⁸ Jogo de futebol onde não há regras, o que vale é a diversão.

Quadro 3 Comunidade Macaúba/Catalão (GO): times de futebol – décadas 1970/1980/1990

TIME	ANO / CAMPEÃO
Ipiranga Futebol Clube	1971
Campo Grande	1975
Tigrão da Serra	1985 a 1994

Fonte: Ferreira (2012). **Org.** RAMOS, H. R. D. (2013).

O futebol é algo presente na Comunidade há muitos anos e vem acompanhado de mudanças que, no decorrer do tempo, são transformados pelas imposições do mundo moderno, proveniente do avanço tecnológico. E até na forma do lazer a uma inserção involuntária das urbanidades, seja pelo objeto, pela prática do jogo como a inserção das vestimentas dos participantes, como camisas de times nacionais e internacionais. A bola, por exemplo, é o objeto essencial para a realização das partidas, e evidencia o desenvolvimento que acompanha a sociedade como todo.

Em décadas anteriores [...] as bolas eram de pano; de leite de mangaba, planta do Cerrado. As bolas de cobertão são mais recentes [...]. Quando o jogo, ou melhor, a partida de futebol era em outra região vizinha; os atletas iam a cavalo se o jogo fosse a tarde saíam de manhã dependendo da distância, levavam comida amarrada junto a traia na sela, faziam paradas, só retornavam para casa a noite. No outro dia quando iam trabalhar comentavam o pagode do sábado e o futebol do domingo, a segunda era o dia de colocar o assunto em dia. (SILVÉRIO, 2007, p. 47).

Nesse contexto apresentado, na atualidade somos imbuídos de outras urbanidades, tanto pela bola que são industrializadas e seguem altos padrões de qualidade, tanto nas traves que compõem os dois gols, demarcação do campo, como o ir para o futebol como podemos observar na foto 12. Elementos urbanos inseridos na Comunidade coopta o lazer e intensifica objetos da urbanidade. Décadas anteriores, os moradores saíam de casa e percorriam longas horas no lombo de um cavalo, hoje a maioria possui carro e dentro de alguns minutos estão do campo Macaúba para a realização do “rachão”.

Foto 12 -Comunidade Macaúba/Catalão (GO): diversidade dos meios de transporte usados para deslocamento até o campo de futebol



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Toda quinta-feira, às 17h, os moradores já têm compromisso certo. O tão esperado futebol recebe atletas amadores de todos os locais, moradores da Comunidade, de Comunidades vizinhas e de Catalão. Não existe quantidade de atletas para que ocorra o jogo, à medida que começam a chegar mais e mais pessoas são distribuídos entre os dois times. De acordo com um dos moradores, e atual organizador do jogo, uma partida pode ter mais de 80 pessoas jogando. Ou seja, se em uma partida existe 11 jogadores de cada lado, na Macaúba não há essa regra, o que vale é a presença e satisfação de todos os presentes. Como chegam após o horário de trabalho, a partir das 17h, o anoitecer interrompe logo a diversão, por isso aproveitam cada minuto para a distração. No horário de verão a diversão se prolonga devido ao sol se pôr por volta das 20h. Após as partidas, fica o momento de desconcentração, de jogar conversa fora, comer e beber.

A idade dos jogadores é diversificada, variando da faixa etária de 12 a 70 anos, com predominância de jogadores com idade superior a 40 anos. Durante e após os jogos, jogadores, familiares e amigos ficam próximos ao campo em um ranchinho feito pelos próprios jogadores da Comunidade, fazendo um churrasco, acompanhado de bebida, e música, é um momento de confraternização. (FERREIRA, 2012, p. 132).

Em décadas passadas, a comida era levada amarrada na sela, hoje existe uma organização em relação à alimentação. Toda quinta-feira o grupo prepara churrasco, o organizador faz um rodízio onde, semanalmente, 3 pessoas contribuem com R\$30,00 reais para a compra de carne. Esse rodízio perpassa até que todos cooperam com o valor, assim que todos colaboram começam novamente o rodízio. Além da carne, levam verduras, mandiocas

dentre outros, de acordo com o que produz em suas propriedades. O ciclo termina em, aproximadamente, três meses, ocorrendo uma nova rodada de contribuições (Foto 13).

Foto 13 - Comunidade Macaúba/Catalão (GO): futebol, churrasco, comercialização e diversão



Fonte: Pesquisa de campo (2013). **Autor:** RAMOS, H. R. D. (2013).

Um dos moradores aproveita o momento de diversão e comercializa a cerveja, água e refrigerante em latas. Mais uma vez os elementos industrializados e o momento da cooptação do capital na proporção do lazer está presentes. O momento é aproveitado para conversar, cantar, comer e beber por horas e isso se repete todas as quintas - feiras. Aos domingos ocorre apenas o futebol, os “comes e bebes” são exclusivos às quintas.

A cavalgada é outra característica importante que se desenvolve na Comunidade Macaúba. Esta esteve adormecida por algum tempo, retornou posteriormente ocorrendo até quatro eventos durante o ano. No período da pesquisa, pouco se soube sobre o desenvolvimento da cavalgada. É bastante lembrado, porém durante o período não houve nenhum evento desse porte realizado pelos moradores. Alguns membros participarem de cavalgadas, mas não especificamente da Comunidade, apenas como convidados das Comunidades e regiões vizinhas.

Quando há a organização do evento, este conta com moradores da Comunidade, de Comunidades vizinhas e moradores da cidade de Catalão que mantêm relações de amizades e parentescos com os mesmos, ocorre como meio de socialização e entretenimento dos participantes. O percurso para a realização é diverso, saindo da Comunidade com destino a Catalão ou vice-versa, ou da Comunidade para outra Comunidade.

Durante a cavalgada aqueles que por motivos diversos não tem condições de acompanhar o cavalo, vão atrás dos cavaleiros (as), de carro, moto, ou

carroça de tração animal, dando-lhes apoio ao fornecer água, bebidas e alimentos para os mesmos. Durante o percurso são feitas pequenas paradas, com o intuito de dar uma leve descansada e fazer um lanche necessário. Essas paradas, às vezes, ocorrem na fazenda de algum dos moradores da Comunidade e outras à beira de algum córrego em busca de sombra e água para os animais. (FERREIRA, 2012, p. 132).

A cavalgada sempre começa ao amanhecer e o período é de acordo com o percurso, os trajes são apropriados com o evento, geralmente com camisas, chapéus, calças jeans, cintos com fivelas e botas, essa vestimenta vale ressaltar que agrega um valor alto em relação aos seus valores de comercialização. E recentemente o toque feminino vem abrilhantando as cavalgadas, tendo até participação de moradores na “cavalgada do batom”, exclusivo para a ala feminina. Ao fim do percurso, mais descontração, são muitas vezes recebidos com almoço, churrasco, bebidas e música onde a confraternização se perdura por horas na interação com os participantes. A essas festividades relatadas analisamos a relação cidade-campo, urbanidades-ruralidades na interação recíproca entre espaços como forma de socialização entre moradores e cidadãos na busca de lazer, diversão e prazer que, por mais que seja realizado sem fins lucrativos para os participantes, o consumo se insere de forma invisível na proporção cultural.

Apesar das transformações impostas nas últimas quatro décadas na Comunidade Macaúba, essas mudanças criam e recriam elementos que permitem características rurais, entrelaçadas com o modo de viver urbano. O esvaziamento demográfico na qual passa o campo brasileiro ocasionou algumas mudanças, umas partiram, outros foram trabalhar nas propriedades dos vizinhos como assalariado, outros adquirindo uma nova porção de terra e aqueles que foram para a área urbana de Catalão e que buscam aos fins de semana o lugar para descansar, estabelecendo a segunda morada.

Estas famílias recriam estratégias para que elementos culturais continuem a existir, e essa transformação é notória nas realizações para manter as festas de São João, São Pedro, São Pedro, o futebol, as rezas e procissões o que possibilita conservar a tradição ativa. A essas mudanças incrementada pelas novas urbanidades dão uma nova espacialidade para aqueles que residem na Comunidade, que influenciam diretamente nas atividades de trabalho, cultural e social entre as famílias, e essas urbanidades acarreta na perda de elementos característicos dessa Comunidade e recria na incorporação de novos comportamentos do mundo contemporâneo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças no sistema produtivo, a atração pelos ambientes urbanos para a busca de melhores condições de vida, tais como remuneração do trabalho, emprego e desejo de constituir família são fatores que proporcionaram o esvaziamento de muitas áreas rurais e, conseqüentemente, interferiram na sua identidade. A expansão do modo de produção capitalista fez com que o rural se modernizasse, isto é, se urbanizasse, adquirindo assim um sentido de pertencimento e inclusão, da presença do Estado, através das infraestruturas construídas. O rural estaria deixando de ser visto como atrasado, e segue caminho adotado para a urbanização. Tornar-se um rural-natureza, símbolo da civilidade contemporânea, associada às novas ruralidades. Temos no Brasil políticas adotadas para incentivar o consumo, a valorização do modo de vida urbana, instituído justamente pelo deslocamento massivo da população para as cidades com intenção de aumento da arrecadação de impostos exercido nas cidades.

Sem o objetivo de traçar uma leitura dicotômica entre urbano e rural, a leitura da indissociabilidade propicia repensar o papel da cidade e do campo na sociedade contemporânea. Afinal, se a história revelou uma tendência perversa de expulsão do campo para a cidade, o buscar de possibilidades de manter o camponês no espaço rural representa, sobretudo, uma construção identitária e de cidadania, entendida aqui como conquista da democracia que se consuma na conquista da terra, na conquista de sua identidade camponesa enquanto sujeito histórico.

Cidade e campo são dimensões ao mesmo tempo distintas e complementares da existência social e, com características comuns, são formas espaciais. Urbano e rural possuem, acima de tudo, uma dimensão processual, são conteúdo e contingente. Nesta direção, ao trabalhar a inserção de costumes urbanos no meio rural, a partir da inserção dos valores e hábitos urbanos se inserem no campo, e a vida urbana despoja elementos culturais tradicionais na vida camponesa. Estes elementos são originados através do contato, da comunicação, dos investimentos dos grandes produtores no campo, que junto a esses avanços traz no bojo do desenvolvimento o modo de vida urbano, ou seja, a vida rural levará a marca da urbanidade.

Neste caminho, as comunidades camponesas vêm alterando seu espaço intensamente com as investidas do capital globalizado, principalmente, no que se refere à economia, desde meados da década de 70 do século XX, e usam todos os artifícios para incorporar a lógica do capital e sua ideologia de reprodução. A acessibilidade facilitada pela

malha rodoviária, os meios de comunicação (celular, internet, TV) são fatores que possibilitaram o estar em onde não pode ir. O contato ir e vir dos moradores a cidades, e aos que buscam no campo a segunda morada, passeio nos finais de semana, possibilitou a imposição de comportamentos, incorporando valores culturais, morais na população que resiste ao processo de expulsão de suas terras e incentivando o valor de uso e de troca, o consumo, e ao ritmo adotado do modo de vida urbano.

O estudo da Comunidade Macaúba evidencia uma visão do espaço rural que ainda se manteve com uma estrutura camponesa, através de estratégias particulares para a preservação de suas tradições, com sentimentos de enraizamento daqueles que permanecem e a preservação de sua identidade local. Porém, o contato com a vida urbana e suas multiplicidades de vivências revelam uma série de contradições, o que confere a presença de urbanidades dentro deste espaço rural. As transformações na Comunidade Macaúba tem início na década de 1970 a territorialização das mineradoras Vale Fertilizantes e Copebrás, e início de 1980, com a chegada da energia elétrica, uma conquista dos moradores alcançada através da cooperativa da Comunidade, e posteriormente com a territorialização de outros empreendimentos comerciais como o motel e a indústria fertilizante.

Na presente pesquisa, procuramos situar as urbanidades no rural, a partir dos eletrodomésticos, perante uma população que caminha numa dinâmica regida pelo valor atribuído ao dinheiro como elemento fundador do caráter na sociedade capitalista. Para tanto, buscamos respaldo teórico em autores que discutem o tema na perspectiva de que à medida que elementos urbanos são inseridos no campo, e do campo se inserem na zona urbana as transformações são originadas nessas relações.

O consumo, hoje, remete a status de posse, possibilita o conforto, mas principalmente o respeito pessoal, e perante ao consumo excessivo a necessidade de ser visto é cada vez maior, deflagrando e reformulando as identidades como forma de inclusão ou exclusão a um determinado grupo social, criando vergonha ou mal-estar naqueles que não pertencem à sociedade de consumo.

As urbanidades interferiram no organização socioespacial da Comunidade, desde a redução populacional que ocorreu com a instalação das mineradoras, ocasionando a extinção e recriação de festas, orações, os eventos esportivos, momentos de lazer, distanciou aqueles que permanecem na Comunidade e incentivou a perda dos laços de vizinhança ,através da difusão dos meios de comunicação. A televisão tem tornado o momento de descanso e lazer daqueles que ali residem. Ao jovem, o acesso à internet é o meio de interação com membros

de outros espaços, há um distanciamento interno familiar, e uma maior interação com pessoas de outros universos difusos pelos canais de relacionamento.

Uma das maiores festas que era realizada na Comunidade acabou pela inserção de membros externos da região, que se apropriam da festividade com fins lucrativos. Aqueles que permaneceram na Comunidade desenvolveram estratégias próprias para a realização da Via Sacra e da Procissão Lava Pés, encurtando o percurso e inserindo mulheres em parte da encenação, meio utilizado para que hábitos, costumes, simbologias passem para as novas gerações. Histórias, lendas, crenças e brincadeiras estão sendo perdidas pela inserção de novos valores e hábitos naqueles que resistem na Comunidade, e se há a perda, conseqüentemente, será esquecida, principalmente pela falta de registros dessas informações e o envelhecimento populacional é um dos fatores que proporciona tal esquecimento.

O contato com citadinos é um exemplo visível ao aderir ao modo urbano, principalmente na relação destes, observados nas festas religiosas de São João e São Pedro, grande parte dos convidados vieram para o município e estes trazem consigo seus objetos e disseminam novos ideais e desejos. As construções arquitetônicas, bem como os confortos das casas, são reflexos dessa urbanidade, casas com diversos quartos e muitas camas. Na maior parte das casas, principalmente de casais em idade inferior a 55 anos, estão presentes os objetos eletrônicos, objetos que proporcionam o mesmo lazer, conforto às pessoas que vivem na zona urbana ou que venha passar os fins de semana nas propriedades rurais, por isso o aumento das residências com acesso a internet.

Esse fator pode ser acentuado com maior investimento do capital na região, com constantes pesquisas e descobertas de novas jazidas minerais, mais pessoas serão desterritorializadas, e a Macaúba tem um grande potencial econômico mineral e poderá ser em um futuro, não muito distante, uma extinta Comunidade como ocorreu em outra Comunidade no município de Ouvidor.

Após o exposto podemos perceber que agentes externos sejam por investimentos do capital, como a dinâmica universal proporcionada pelo mundo globalizado que acarreta em inúmeros efeitos negativos, como também proporcionam pontos positivos, uma verdadeira interação de espaços em constante dialética. Por fim, essa análise feita nesta pesquisa não se encerra, e possibilita novas análises a serem realizadas, abrindo caminhos para novos embates epistemológicos.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 3. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC/ANPOCS/UNICAMP, 1992.

ABRÃO, Maria Amélia Paiva. As relações entre comunicação, consumo e identidades: um olhar sobre “A Favorita”. **COMTEMPO** - Revista Eletrônica de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, 2009. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo> Acesso em: 03 dez 2013.

ALENTEJANO, Paulo Roberto R.; ROCHA-LEÃO, Otávio M. da. Trabalho de campo: uma ferramenta essencial para os geógrafos ou um instrumento banalizado? **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, n. 84, p. 51 - 68, 2006.

ALVES-MAZZOTTI, Alda J.; GEWANDSZNAJDER, Fernando. O planejamento de pesquisas qualitativas. In: _____. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. p. 147 - 176.

ANDRADE, Manuel C. de. **A questão do território no Brasil**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 2004.

ANTUNES, Ricardo. **A grande jogada: manual construtivista de como estudar**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2002.

ASSIS, Rodrigo Vieira de. Contribuições aos estudos da comunicação: uma análise sociológica acerca da relação mídia, consumo e crime na juventude. In: ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC-BRASIL, IV., 2012. **Anais...** Rio de Janeiro, 2012. p. 1 – 16.

AZEVEDO, Fernando de. **A cidade e o campo na civilização industrial: e outros estudos**. São Paulo: Melhoramentos, 1962. v. 18.(Obras completas).

BAGLI, Priscilla. **Rural e urbano nos municípios de Presidente Prudente, Álvares Machado e Mirante do Paranapanema: dos mitos pretéritos às recentes transformações**. 2006. 207f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Faculdade de Ciências e Tecnologia, UNESP, Presidente Prudente, 2006.

_____. Rural e urbano: harmonia e conflito na cadência da contradição. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 81-110.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução Artur Morão. Edições 70. Lisboa, 1969.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERNARDELLI, Maria Lúcia F. da H. Contribuição ao debate sobre o urbano e o rural. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo**: relações e contradições entre urbano e rural. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 33-52.

BIANCHI, Álvaro. Temas e problemas nos projetos de pesquisa. **Revista Semestral do Departamento de Sociologia e Programa de Pós-Graduação em Sociologia FCL – UNESP, Araraquara**, n. 13/14, p. 75-91, 2º sem. 2002 / 1º sem. 2003.

BIAZZO, Pedro Paulo. Espaços campestres, espaços citadinos, ruralidades e urbanidades: o norte fluminense em suas formas e conteúdos. In: MARAFON, Glaucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo (Org.). **Revisitando o território Fluminense III**. Rio de Janeiro: Gramma, 2010. p. 219–242.

BRAGAGLIA, Ana Paula. Comportamentos de consumo na contemporaneidade. In: **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo: Escola Superior de Propaganda e Marketing. 2010. p. 107–124.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti P. ; CORRÊA, Walquíria Kruger. Ruralidades, urbanidades e a tecnicização do rural no contexto do debate campo-cidade. **Campo-Território**: revista de geografia agrária, Uberlândia, v. 3, n. 5, p. 214-242, fev. 2008. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/11839> Acesso em: 24 jul. 2013.

_____. Ruralidades e urbanidades no circuito italiano de turismo rural, município de Colombo – PR. In: MARAFON, Glaucio José; PESSÔA, Vera Lúcia S. (Org.). **Agricultura, desenvolvimento e transformações socioespaciais**: reflexões interinstitucionais e constituição de grupos de pesquisa no rural e no urbano. Uberlândia: Assis, 2008. p. 213 – 248.

CARLOS, Ana F. A. Uma leitura sobre a cidade. **Cidades**: revista científica, Presidente Prudente, v.1, n.1, p. 11–30, 2004.

CASTELLS, Manuel. **Problemas de investigação em sociologia urbana**. Tradução Lemos de Azevedo. São Paulo: Martins Fontes, 1975.

_____. **A questão urbana**. Tradução de Arlene Caetano. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

CASTRO, Gisela G. S. Para repensar a felicidade nos dias atuais. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

CHIAPETTI, Rita J. N. Pesquisa de campo qualitativa: uma vivência em geografia humanista. **GeoTextos**, Salvador, v. 6, n. 2, p. 139-162, dez. 2010.

CHIZZOTTI, Antônio. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, Minho, v.10. 16, n. 202, p. 221 - 236, 2003.

DEMO, Pedro. Pesquisa qualitativa. Busca de equilíbrio entre forma e conteúdo. **Rev. Latino-am.enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 89-104, abr. 1998.

ENDLICH, Ângela M. Perspectivas sobre o urbano e o rural. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 11 - 32.

FERREIRA, Ana Paula da S. de O. **Territórios em conflito: a Comunidade Macaúba/Catalão(GO) e a territorialização da atividade mineradora**. 2012. 169f. Dissertação.(Mestrado em Geografia)- Universidade Federal de Goiás/Campus Catalão, 2012.

FOGAÇA, Isabela de Fátima. Identificando as “Ruralidades” e “Urbanidades” presentes na área de influência do Petar (Bairro da Serra): turismo e cotidiano. In: FERREIRA, Darlene Aparecida de O.; FERREIRA, Enéas Rente (Org.). **Estudos agrários: conceitos e práticas**. Rio Claro: IGCE/UNESP – Pós-Graduação em Geografia, 2009. p. 171 – 186.

FONSECA, Vania; MATOS, Eduardo L. de. Geografia e a questão da ética em pesquisa envolvendo seres humanos. **GEONORDESTE** – Revista de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, n. 1, p.143 - 158, 1984- 2008 (n.2, número especial). Disponível em: <http://geonordeste.ufs.br/>. Acesso em: 24 jul. 2013.

GERHARDT, Tatiana E. et al. Estrutura do projeto de pesquisa. GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 65 – 87.

GIL, Antonio C. Amostragem na pesquisa social. In: _____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas,1999. p.99-109.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda S.. Uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57 - 63, mar./abr. 1995.

GRAZIANO DA SILVA, José.: DEL GROSSI, Mauro E. **O novo rural brasileiro**. Oficina de Atualização Temática [199-?]. Disponível em: http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/novo_rural_br.pdf, Acesso em: 9 nov. 2012.

HAGUETTE, Teresa M. F. Metodologias qualitativas. In:_____. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 12. ed. Petrópolis; Vozes, 2010. p. 57 - 99 (1. ed. 1987).

JUSTINIANO. Eduardo F. Registro fotográfico. In: VENTURI, Luis A. B. (Org.). **Praticando geografia: técnicas de campo e laboratório**. São Paulo: Oficina de Texto, 2005. p. 187 - 195.

LEFÈBVRE, H. **A vida cotidiana no mundo moderno**. Tradução Alcides João de Barros. São Paulo: Ática, 1991 [1968].

_____. **O direito à cidade**. Tradução de. Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

LEITÃO, Luiz R. **O campo e a cidade na literatura brasileira**. Veranópolis: Iterra, 2007.

LIMA, Helton S. O diário de campo e sua relação com o olhar aprofundado sobre o espaço rural. In: WHITAKER, Dulce C. A. (Org.). **Sociologia rural questões metodológicas emergentes**. Presidente Venceslau, São Paulo: Letras à margem, 2002. p. 143 – 149.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade do hiperconsumo**. Tradução Patrícia Xavier. 2 reimp. Edições 70. Lisboa. 2010.

LOPES, Dulcelaine Lúcia et al. O diário de campo e a memória do pesquisador. In: WHITAKER, Dulce C. A. (Org.). **Sociologia rural questões metodológicas emergentes**. Presidente Venceslau, São Paulo: Letras à margem, 2002. p. 131 – 134.

LUNA, Sérgio Vasconcelos de. **Planejamento de pesquisa: uma introdução**. São Paulo: EDUC, 2000. (Série Trilhas).

MATOS, Patrícia F. de. **As tramas do agronegócio nas “terras” do Sudeste Goiano**. 2011. 357 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2011.

MATOS, Patrícia. F. de; PESSÔA, Vera Lúcia S. Observação e entrevista: construção de dados para a pesquisa qualitativa em geografia agrária. In: RAMIRES, Julio Cesar de L; PESSÔA, Vera Lúcia S. (Org.). **Geografia e pesquisa qualitativa: nas trilhas da investigação**. Uberlândia: Assis, 2009. p. 279 – 291.

MEDEIROS, Ana P. de. **O cultivo de sementes crioulas na comunidade Rural Ribeirão no município de Catalão (GO)**. 2008. 60 f. Trabalho final de Curso (Graduação em Geografia), Departamento de Geografia, Universidade Federal de Goiás – Campus Catalão, Catalão, 2008.

MENDES, Estevane de P. P.; PESSÔA, Vera Lúcia. S. Técnicas de investigação e estudos agrários: entrevistas, registros de observações e aplicação de roteiros de entrevistas. In: RAMIRES, Julio Cesar de L; PESSÔA, Vera Lúcia S. (Org.). **Geografia e pesquisa qualitativa: nas trilhas da investigação**. Uberlândia: Assis, 2009. p. 509 – 537.

MIRANDA, Rogério R. Novas ruralidades? Urbanização do campo? A problemática da relação campo-cidade/rural e urbano e suas in-definições. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL RURALIDADES, TRABALHO E MEIO AMBIENTE, I. 2011, São Carlos. **Anais...** São Carlos: UFSCar, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar/Departamento de Sociologia, 2011. p. 1 – 17.

MONTE-MÓR, Roberto. L. A relação urbano-rural no Brasil contemporâneo. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, II. 2004, Santa Cruz do Sul. **Anais...** Santa Cruz do Sul: Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional / UNISC, 2004. p. 1 - 26.

MOTA, Francisco L. **O rural e o urbano na cidade de Balsas (MA): transformações socioespaciais no pós 1980**. 140f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2011.

NEVES, Leonardo Azevedo. Um novo tempo para as urbanidades: o papel da paisagem nos estudos do mundo rural. In: MARAFON, Glaucio José; RIBEIRO, Miguel Angelo (Org.). **Revisitando o território fluminense**. Rio de Janeiro: NEGEF, 2003. p. 11 – 30.

NICACIO, Sônia Bessa da Costa; MACHADO, Celi Batista. Adolescentes consumidores: um estudo a partir da relação mídia, propaganda e consumo. **ACTA-CIENTÍFICA UNASP**, São Paulo, v.13 n.2, p. 95 – 106, 2007.

OLIVEIRA, Victor P. de. **Repensando o rural sob o prisma das urbanidades, em Nova Friburgo, RJ**. 2007. 112f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

OLIVEIRA NETO, Antônio F. de. **A rua e a cidade: Campo Grande e a 14 de julho**. Campo Grande: UFMS, 2005.

_____. A incorporação do modo de vida urbano na região de fronteira do Sul do território mato-grossense no início do século XX. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 205 – 215.

ORDO TEMPLI ORIENTIS INTERNACIONAL. **Ida Hoffmann e Henri Oedenkoven: do Avante-Garde Anarquista aos Círculos Ocultistas**. 2006. Disponível em: http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=287&Itemid=96. Acesso em: 27 set. 2013.

PADILHA, Valquíria. **Shopping center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Boitempo, 2006.

ROSA, Lucelina. R.; FERREIRA, Darlene Ap. de O. As categorias rural, urbano, campo, cidade: a perspectiva de um continuum. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Artur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 187 – 204.

RUA, João. Urbanidades no rural: o devir de novas territorialidades. **Campo-Território: Revista de Geografia Agrária**, Uberlândia, v.1, n.1, p. 82 - 106, fev. 2006. Disponível em: <www.campoterritorio.ig.ufu.br>. Acesso em: 24 jun. 2012.

_____. A ressignificação do rural e as relações cidade – campo: uma contribuição geográfica. **Revista da ANPEGE**, Fortaleza, n.2, p. 45 - 66, 2005. Disponível em: <http://www.anpege.org.br/revista>. Acesso em: 11 nov. 2012.

_____. Urbanidades e novas ruralidades no Estado do Rio de Janeiro: algumas considerações teóricas. In: MARAFON, Glaucio José; RIBEIRO, Marta Foeppe (Org.). **Estudos de geografia fluminense**. Rio de Janeiro: Infobook, 2002. p. 27 – 42.

_____. Urbanização em áreas rurais no estado do Rio de Janeiro. In: MARAFON, Glaucio José; RIBEIRO, Marta Foeppe (Org.). **Estudos de geografia fluminense**. Rio de Janeiro: Infobook, 2002. p. 43 – 70.

SARTÓRIO, Natália de Araújo. **Potencialidades e limitações do uso da fotografia na pesquisa qualitativa de enfermagem**. 2011. 91f. Dissertação (Mestrado em Ciências)-Escola de Enfermagem, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

SANTOS, Joelma Cristina dos; PESSÔA, Vera Lúcia S. A pesquisa de campo nos canaviais oeste paulista: o universo dos trabalhadores rurais entre a “sua forma de ser” e a exploração do seu “ser”. In: RAMIRES, Júlio César de L.; PESSÔA, Vera Lúcia S. (Org.). **Geografia e pesquisa qualitativa: nas trilhas da investigação**. Uberlândia: Assis, 2009. p. 123 – 138.

SANTOS, Luiz F. A. dos. **Apostila metodologia da pesquisa científica**. Faculdade Metodista de Itapeva. Itapeva, 2006. Disponível em: http://www.metodista.br/itapeva/teia/leitura/material-idático/apostila_metologia_ii.doc.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. São Paulo: HUCITEC, 1994.

_____. **Metamorfose do espaço habitado**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

SILVA, Magda Valéria da. **O meio técnico-científico-informacional e a estruturação da rede do pólo de moda íntima em Catalão/Goiás**. 2005. 212 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

SILVA, Roberto B. da. **O “Jeca Tatu” de Monteiro Lobato: identidade do brasileiro e visão do Brasil**. In 19&20-A revista eletrônica de DezenoveVinte. Volume II, n. 2, abril de 2007. Disponível em: <http://www.dezenvevinte.net/19e20>. Acesso em: 23 jul. 2013.

SILVA, William R. da. Reflexões em torno do urbano no Brasil. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 65 - 80.

SILVEIRA, Denise T.; CÓRDOVA, Fernanda P. A pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31 – 42.

SOARES, Magda. Para quem pesquisamos? Para quem escrevemos?. In: MOREIRA, Antônio F. et al. **Para quem pesquisamos: para quem escrevemos: o impasse dos intelectuais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003. p. 65 - 90. (Coleção Questões da Nossa Época, v.88).

SOBARZO, Oscar. O urbano e o rural em Henri Lefebvre. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 53 - 64.

SOUZA, Suzane. T. Relação campo-cidade: em busca de um leitura dialética para a compreensão desses espaços na atualidade. In: LOPES, Diva Maria F.; HENRIQUE, Wendel. (Org.). **Cidades médias e pequenas: teorias, conceito e estudos de caso**. Salvador: SEI, 2010. p. 195 – 206. (Série estudos e pesquisa, 87).

SOUZA, Mariângela A. P.; CORRÊA, Walquíria K.; GARCIA, Luís Alberto F. Urbanidades e ruralidades: uma nota sobre o município de Cascavel no Paraná. In: SEMINÁRIO DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, VII, 2008. **Anais...** Campus Cascavel-PR, 2008. p. 1 – 12.

_____. A questão cidade-campo: perspectivas a partir da cidade. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 111 - 130.

TAVARES DA SILVA, Kálita. **Educação e cultura popular: interfaces para o ensino de Geografia nas escolas de Catalão (GO)**. 2012. 149f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-. Universidade Federal de Goiás/Campus Catalão, 2012.

WHITACKER, Arthur M. Cidade imaginada. Cidade concebida. In: SPOSITO, Maria Encarnação B.; WHITACKER, Arthur M. (Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 131 - 156.

WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade: na história e na literatura**. Trad. Paulo Henrique Britto. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

APÉNDICE



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
CAMPUS CATALÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *Strictu sensu* EM GEOGRAFIA

**Dissertação: URBANIDADES NO RURAL: as transformações na Comunidade
 Macaúba/Catalão (GO)**

Mestrando: Hugo Roberto Duarte Ramos

APÊNDICE A: roteiro de entrevista com os moradores residentes na Comunidade.

- 1) Nome
- 2) Idade
- 3) Há quanto tempo mora na comunidade?
- 4) Qual é o tamanho da propriedade?
- 5) Como adquiriu essa propriedade?
- 6) Como era o campo ou a Comunidade Macaúba há algum tempo atrás? Como você vê ela hoje?
- 7) Como era organizada a família (deveres, obrigações, afetividades)? Qual era o papel de cada membro da família na comunidade (homem, mulher, filho)?
- 8) Qual era o tamanho médio das famílias?
- 9) Qual era o tamanho médio das propriedades? O que produziam? O que e onde comercializavam? Como era feito o transporte?
- 10) O que compravam no comércio da rede urbana?
- 11) Quais são os produtos produzidos pela família?
- 12) Quais são os animais criados? São para consumo próprio?
- 13) Como ocorre a colheita dos alimentos e o abate dos animais?
- 14) Qual a linha de crédito mais utilizada?
 a() carnê; b() cartão de crédito; c() a vista; d() credpar
- 15) Qual o eletrodoméstico que considera mais importante? Você consegue abrir mão dele?
- 16) Qual será o próximo eletrodoméstico que planeja comprar?
- 17) Qual foi o último que comprou?
- 18) Qual loja você mais frequenta ou compra?
- 19) Na sua residência você possui?
 Geladeira: () sim () não Por que? _____
 Fogão: () sim () não, se cooktop identificar ()

Por que? _____

Sugar ou coifa: () sim () não Por que? _____

Micro-ondas: () sim () não Por que? _____

Forno elétrico: () sim () não Por que? _____

Máquina de lavar: () sim () não Por que? _____

Tanquinho () Sim () Não Por que? _____

Secadora de roupa: () sim () não Por que? _____

Lava louças: () sim () não Por que? _____

Freezer: () sim () não Por que? _____

Antena parabólica: () sim () não Por que? _____

Televisão: () sim () não LCD ou tubo? _____

Por que? _____

DVD: () sim () não Por que? _____

Home Thatcher ou Blue ray: () sim () não Por que? _____

Mini-system: () sim () não Por que? _____

Computador ou notebook: () sim () não Por que? _____

Tablet: () sim () não Por que? _____

Ar-condicionado: () sim () não Por que? _____

Climatizador: () sim () não Por que? _____

Humidificador: () sim () não Por que? _____

Ventilador: () sim () não Por que? _____

Aspirador de pó: () sim () não Por que? _____

Lavadora de alta pressão: () sim () não Por que? _____

Liquidificador: () sim () não Por que? _____

Batedeira: () sim () não Por que? _____

Sanducheira: () sim () não Por que? _____

Espremedor de laranja: () sim () não Por que? _____

Juicer: () sim () não Por que? _____

Fritadeira elétrica: () sim () não Por que? _____

Cafeteira: () sim () não Por que? _____

Panela elétrica de arroz: () sim () não Por que? _____

Multiprocessador: () sim () não Por que? _____

Grill: () sim () não Por que? _____

Panificadora elétrica: () sim () não Por que? _____

Mixer: () sim () não Por que? _____

Churrasqueira elétrica: () sim () não Por que? _____

Torradeira: () sim () não Por que? _____

Barbeador elétrico: () sim () não Por que? _____

Secador: () sim () não Por que? _____

Prancha ou chapinha: () sim () não Por que? _____

Baby liss: () sim () não Por que? _____

Máquina de cortar cabelo: () sim () não Por que? _____

Celular: () sim () não, quantos na família? _____

20) Qual é o lazer da família?

21) Qual sua religião? Você frequenta a igreja da Comunidade?

22) Quais os principais eventos de entretenimento na comunidade? Como são esses eventos?

23) Há festas na comunidade? Como são? Participa efetivamente delas?

24) Existe alguma lenda folclórica na Comunidade?

ANEXO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR AS TESES E DISSERTAÇÕES ELETRÔNICAS (TEDE) NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: **Dissertação** **Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação

Autor (a):	Hugo Roberto Duarte Ramos		
E-mail:	hugordr@hotmail.com		
Seu e-mail pode ser disponibilizado na página?	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
Vínculo empregatício do autor			
Agência de fomento:		Sigla:	
País:	Brasil	UF:GO	CNPJ:
Título:	URBANIDADES NO RURAL: as transformações na Comunidade Macaúba - Catalão (GO)		
Palavras-chave:	Cidade-campo. Urbanidades. Consumo. Comunidade Macaúba - Catalão (GO).		
Título em outra língua:	Urbanities IN RURAL: transformations in the Community Macaúba - Catalão (GO)		
Palavras-chave em outra língua:	City - field. "Urbanities". Consumption. Community Macaúba - Catalão (GO)		
Área de concentração:	Geografia e Ordenamento do Território		
Data defesa: (03/04/2014)			
Programa de Pós-Graduação:			
Orientador (a):	Vera Lúcia Salazar Pessôa		
E-mail:			
Co-orientador (a):			
E-mail:			

3. Informações de acesso ao documento:

Liberação para disponibilização?¹⁹ total parcial

Em caso de disponibilização parcial, assinale as permissões:

Capítulos. Especifique: _____

Outras restrições: _____

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF ou DOC da tese ou dissertação.

O Sistema da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações garante aos autores, que os arquivos contendo eletronicamente as teses e ou dissertações, antes de sua

¹⁹ Em caso de restrição, esta poderá ser mantida por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Todo resumo e metadados ficarão sempre disponibilizados.

disponibilização, receberão procedimentos de segurança, criptografia (para não permitir cópia e extração de conteúdo, permitindo apenas impressão fraca) usando o padrão do Acrobat.

Assinatura do (a) autor (a)

Data: ____ / ____ / ____