

CULTURA E COMUNICAÇÃO: O EFEITO DAS NOVAS TECNOLOGIAS (TV, INTERNET) NAS COMUNIDADES RURAIS DO RS (1985-2005)

Cristhian Fernando Cajé Rodriguez (BIC/UCS), Kenia Maria Menegotto Pozenato (orientadora) - Deptº Comunicação/Centro de Ciências Humanas e Comunicação/UCS - ccaaje@conexion.com.py

Este Projeto tem como principal objetivo a análise das mudanças sócio-econômicas e culturais ligadas à globalização e à influência dos modernos meios de comunicação na zona rural do Rio Grande do Sul, no período compreendido entre 1985 e 2005. Está dividido em duas etapas. Na primeira etapa, pretende analisar a zona de minifúndio; na segunda, a de latifúndio. A análise envolve moda, modo de falar, hábitos de consumo, valores éticos e morais nas relações familiares e as alterações neles surgidos devido à influência das novas tecnologias, especificamente a TV e INTERNET. Este estudo segue o procedimento sociológico, através da elaboração de instrumentos de análise. Neste caso, abrangerá coleta de dados através de pesquisa de campo, organização, análise e síntese dos dados coletados. A escolha dos municípios deve-se ao fato de serem historicamente organizados a partir do minifúndio, um dos motivos pelos quais se tornaram altamente industrializados. Apesar disto, ainda possuem uma importante área rural, não só dedicada ao fornecimento dos horti-fruti-granjeiros para as cidades, mas produtores de culturas agrícolas permanentes de grande importância para a economia regional, como é o caso da uva. A escolha das famílias a pesquisar será realizada aleatoriamente, sendo que o único requisito é o de que façam uso da Internet e tenham acesso à televisão, não importa de que forma (em casa, ou na comunidade). O cálculo do número de famílias a serem questionadas foi realizado a partir do número de habitantes da zona rural dividido pelo número médio de membros de cada família, ou seja, de 4 pessoas. O número total de questionários na zona rural de cada município é de 15 em Flores da Cunha e 11 em Farroupilha e de 29 em Caxias do Sul, com uma amostragem de 0,2% sobre o total do universo considerado. A presente pesquisa tentará medir as mudanças ocorridas através de critérios claros, para que possam ser acompanhadas, uma vez que não há uma única posição sobre a influência na mídia na cultura.

Palavras-chave: cultura, comunicação, novas tecnologias, televisão; internet

Apoio: UCS