

E02994  
SEA  
2002  
ex. 2  
LV-PP-E02994a

# Documentos

ISSN 1678-2739  
Dezembro, 2002

2

## Diagnóstico Sociotécnico da Agropecuária Brasileira I. Produtores



Diagnostico sociotecnico da ...  
2002 LV-PP-E02994a



AI-SEDE-24674-4



República Federativa do Brasil

*Luiz Inácio Lula da Silva*

Presidente

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

*Roberto Rodrigues*

Ministro

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Conselho de Administração

*José Amauri Dimázio*

Presidente

*Clayton Campanhola*

Vice-Presidente

*Alexandre Kalil Pires*

*Dietrich Gerhard Quast*

*Sérgio Fausto*

*Urbano Campos Ribeiral*

Membros

Diretoria-Executiva da Embrapa

*Clayton Campanhola*

Diretor-Presidente

*Gustavo Kauark Chianca*

*Herbert Cavalcante de Lima*

*Mariza Marilena T. Luz Barbosa*

Diretores-Executivos

Secretaria de Comunicação Estratégica

*Mariza Marilena T. Luz Barbosa*

Chefe

## **Documentos 2**

# **Diagnóstico Sociotécnico da Agropecuária Brasileira I. Produtores**

Tarcízio Rego Quirino  
Fernando Luís Garagorry  
Carolina Pingret de Sousa



Exemplares desta publicação podem ser adquiridos na:

**Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa**

Secretaria de Administração Estratégica

Edifício-Sede da Embrapa

Parque Estação Biológica – PqEB – Av. W3 Norte (final)

70770-901 Brasília, DF

Caixa Postal 040315

Fone: (61) 448-4466

Fax: (61) 448-4319

<http://www.embrapa.br>

[sac@sede.embrapa.br](mailto:sac@sede.embrapa.br)

**Comitê de Publicações da Sede**

Presidente: *Mariza Marilena T. L. Barbosa*

Secretária: *Maria Helena Kurihara*

Membros: *Antônio Maria Gomes de Castro*

*Assunta Helena Sicoli*

*Guarany Carlos Gomes*

*Levon Yeganiantz*

*Orlando Campelo Ribeiro*

*Rosa Maria Alcebiades Ribeiro*

Supervisão editorial: *Mariza Marilena T. L. Barbosa*

Revisão de texto e tratamento editorial: *Francisco C. Martins*

Normalização bibliográfica: *Rosângela Galon Arruda*

Tratamento de ilustrações: *José Ilton S. Barbosa*

Editoração eletrônica: *José Ilton S. Barbosa*

**1ª edição**

1ª impressão (2002): 500 exemplares

**Todos os direitos reservados.**

A reprodução não-autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Catálogo na Publicação (CIP)  
Embrapa Informação Tecnológica

---

Quirino, Tarcízio Rego.

Diagnóstico sociotécnico da agropecuária brasileira. 1. Produtores / Tarcízio Rego Quirino, Fernando Luís Garagorry, Carolina Pingret de Sousa. – Brasília : Embrapa Informação Tecnológica, 2002.

59p. – (Documentos / Embrapa, Secretaria de Administração Estratégica, ISSN 1678-2739; 2)

1. Agropecuária – produtor. 2. Agropecuária – diagnóstico. I. Garagorry, Fernando Luís. II. Sousa, Carolina Pingret de. III. Título. IV. Série.

CDD 338.1072 (21 ed.)

© Embrapa 2002

# **Autores**

## ***Tarcizio Rego Quirino***

Ph.D em Sociologia. Pesquisador aposentado da Embrapa. Consultor do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA  
tquirino@mpc.com.br

## ***Fernando Luís Garagorry***

Ph.D em Pesquisa Operacional. Pesquisador da Embrapa, Secretaria de Administração Estratégica – SEA  
fernando.garagorry@embrapa.br

## ***Carolina Pingret de Sousa***

Graduada em Estatística. Consultora da Embrapa, Secretaria de Administração Estratégica – SEA  
carolpingret@yahoo.com

# Apresentação

A Embrapa patrocinou a realização do Projeto Comcenso Rural, com o objetivo de obter informações para avaliar aspectos da adoção de tecnologias que não são cobertos pelos censos agropecuários. O projeto incluiu a realização de vasto levantamento de campo em 1999.

Os registros contêm dados sobre 145.890 estabelecimentos, correspondentes a 90.518 produtores. Como a preocupação principal era a mudança tecnológica, o levantamento colocou mais ênfase nos dados dos produtores que nos dos estabelecimentos.

Assim, foram obtidas informações sobre os produtores, relacionadas com o gênero, grau de instrução, inserção no mundo capitalista, associativismo, uso de meios de informação, acesso a tecnologias e relacionamento com a Embrapa.

No caso dos estabelecimentos, as questões foram dirigidas para o uso de certas tecnologias e técnicas de manejo; em particular, foram obtidas informações sobre o uso e satisfação com respeito a determinadas tecnologias recomendadas.

A apresentação dos resultados foi organizada em um conjunto de relatórios. Os relatórios apresentam os resultados para o total do levantamento e para as cinco grandes regiões do País (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste). Tratou-se, assim, de mostrar um diagnóstico abrangente sobre os aspectos pesquisados.

No entanto, como os dados estão à disposição dos pesquisadores do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária – SNPA, que existem as condições para que

# Sumário

<b>Resumo .....</b>	<b>9</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>11</b>
<b>Distribuição dos produtores rurais no País .....</b>	<b>14</b>
<b>Características socioeconômicas dos produtores .....</b>	<b>18</b>
<b>Inserção no mundo capitalista .....</b>	<b>23</b>
<b>Relacionamento e associativismo .....</b>	<b>30</b>
<b>A Embrapa e os produtores agropecuários .....</b>	<b>35</b>
<b>Perspectiva da atividade agropecuária .....</b>	<b>48</b>
<b>Síntese conclusiva .....</b>	<b>49</b>
<b>Referências .....</b>	<b>58</b>

# Diagnóstico Sociotécnico da Agropecuária Brasileira I. Produtores

---

## Resumo

Características selecionadas dos produtores agropecuários brasileiros foram pesquisadas em todo o País (exceto em Minas Gerais) pelo Projeto Comcenso Rural, em 1999, e algumas delas são descritas no presente artigo. Região, gênero, idade, associativismo, aspectos escolhidos da inserção no mundo capitalista, posição na estrutura social, fontes de informação e relacionamento com a Embrapa são os aspectos privilegiados.

Como estratégia de análise, usam-se os dados de 90 mil produtores agropecuários e seus 145 mil estabelecimentos para delinear semelhanças e diferenças, principalmente entre as regiões, os gêneros, os níveis de educação formal e as faixas etárias. Identificam-se instâncias a aprofundar em análises subseqüentes, fazendo ilações teóricas, comparando os dados com conhecimentos anteriores e observando tendências e discrepâncias nos presentes resultados.

Termos para indexação: produtor, sociologia rural, difusão de tecnologia, extensão rural, comunicação, amostragem, análise estatística.



## Introdução

O objetivo do presente estudo é descrever as características mais importantes dos produtores agropecuários brasileiros, usando como base os dados do Projeto Consenso Rural. Recairá a ênfase sobre as singularidades que possam diferenciar, entre eles, grupos regionais, educação, gênero, inserção no mundo capitalista, posição na estrutura social e, principalmente, o relacionamento com a Embrapa.

Tais diferenciações são tidas como importantes para o entendimento das mudanças recentes na agricultura brasileira, mas também para lastrear a prospectiva, prever desenvolvimentos e, principalmente, fundamentar a construção de mudanças participativas em que todos os interessados possam partir de uma visão tanto quanto possível clara e objetiva de onde estamos, de modo a decidir para onde devemos ir.

O Projeto Consenso Rural, resultado dos esforços da Embrapa e da empresa Local Information System – Listen, teve por objetivo identificar e documentar aspectos relativos aos produtores rurais e seus estabelecimentos, tais como: hábitos de consumo, relações com o ambiente e uso de tecnologias.

A coleta de dados foi feita por entrevistadores treinados e coordenados pela Listen e o tratamento e a apuração dos resultados foram feitos pela Secretaria de Administração Estratégica – SEA, da Embrapa. Nessa coleta de dados foi usado um processo de amostragem intencional por região (no caso, os estados) que se propôs abranger os responsáveis por 70% da produção rural de cada estado brasileiro, exceto Minas Gerais, excluído da pesquisa porque havia sido coberto por uma pesquisa semelhante da Listen.

Em cada local, os entrevistados foram indicados pelas secretarias de agricultura municipais, a partir de cadastros baseados nos do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – Incra, e da Confederação Nacional da Agricultura – CNA, de acordo com os procedimentos-padrão da Listen, empresa responsável pela metodologia e coleta dos dados. Foram 90.518 os produtores agropecuários entrevistados validamente pelo Projeto Consenso Rural, responsáveis por 145.890 estabelecimentos agropecuários.

Esse tipo de amostragem é eficaz para identificar diferenças entre grupos (por exemplo, entre os produtores de diferentes regiões), assim como correlações entre os atributos medidos pela pesquisa. Os procedimentos da amostragem podem introduzir algum viés a favor da representação dos produtores maiores.

Apesar disso, entende-se que os resultados cobriram com efetividade a grande base da pirâmide da estrutura social da produção rural brasileira, que são os estabelecimentos de produção familiar.

Contudo, a pesquisa não se propõe examinar a totalidade da situação agrária, mas apenas características escolhidas do produtor agropecuário e de sua base de produção, de modo a orientar ações de produção e transferência de tecnologia, maximizando-lhe o impacto sobre a produção agropecuária e minimizando eventuais efeitos indesejáveis.

É de especial interesse a identificação das relações entre os produtores rurais, em suas unidades de produção, e a Embrapa, principal produtora e eventual fornecedora de tecnologia agropecuária no País. Tal meta não é abrangida neste trabalho, mas é necessário que se comece por aqui a examinar uma a uma, as dimensões sociais e econômicas mais importantes, para depois proceder a análises mais complexas baseadas no que se obtiver do conhecimento inicialmente gerado.

Salvo por uns poucos dados complementares, o questionário utilizado está organizado em quatro seções, sendo que a primeira ('Indivíduo') e a quarta ('Relacionamento') contêm os dados ligados diretamente aos produtores, que são o objeto do processamento apresentado neste documento.

Apenas numa seção aparecem resultados da distribuição geográfica dos estabelecimentos, para dar uma idéia sobre a cobertura do levantamento. O tratamento dos dados dos estabelecimento será apresentado em outro documento.

As tabelas fornecem, em geral, porcentagens a partir das respostas obtidas para cada questão, e não foram considerados os casos "sem resposta". As exceções a essa sistemática surgem em poucas situações (onde há questões com múltiplos atributos), quando pareceu mais significativo, teórica ou praticamente, apresentar os resultados tomando por base o número total de produtores entrevistados.

Nesses casos, as frequências foram calculadas entre as respostas afirmativas (ex., resposta “sim”) e o total de questionários na categoria (incluindo os casos com “não” e “sem resposta”), para ter as porcentagens dos diferentes atributos na mesma base, de modo a facilitar as comparações.

Nessa primeira análise, usam-se os dados dos 90 mil produtores agropecuários para delinear semelhanças e diferenças, principalmente entre as regiões, os gêneros, os níveis de educação formal e as faixas etárias. Identificam-se aspectos da realidade para aprofundar em análises subseqüentes, comparando os resultados com conhecimentos anteriores e observando neles tendências e discrepâncias.

O Estado de Minas Gerais foi excluído da análise, mesmo quando se refere ao Brasil ou à Região Sudeste. Isso deve ser levado em consideração, especialmente quando se fizerem comparações inter-regionais.

As tabelas e figuras citadas sem outra indicação de fonte, se referem aos resultados do Projeto Comcenso Rural. A amostra corresponde a pouco mais que 3% dos estabelecimentos levantados pelo IBGE, no Censo Agropecuário de 1995-1996 (1998). Algumas somas, em tabelas com distribuições percentuais, diferem ligeiramente de 100% devido ao arredondamento.

## Distribuição dos produtores rurais no País

A maior quantidade de produtores (Tabela 1) está radicada no Nordeste (34,99%) e a menor, no Norte (5,42%). O Sul vem em segundo lugar (32,59%), seguido do Sudeste (16,51%) e do Centro-Oeste (10,50%).

**Tabela 1.** Distribuição percentual dos produtores, por entidade geográfica de residência.

Entidade geográfica	Produtores entrevistados	
	Número	%
Brasil	90.518	100,00
1.Norte	4.902	5,42
11. RO	1.728	1,91
12. AC	165	0,18
13. AM	10	0,01
14. RR	346	0,38
15. PA	811	0,90
16. AP	151	0,17
17. TO	1.691	1,87
2.Nordeste	31.674	34,99
21. MA	2.595	2,87
22. PI	4.809	5,31
23. CE	5.792	6,40
24. RN	1.900	2,10
25. PB	2.350	2,60
26. PE	4.185	4,62
27. AL	316	0,35
28. SE	501	0,55
29. BA	9.226	10,19
3.Sudeste	14.941	16,51
32. ES	2.398	2,65
33. RJ	1.186	1,31
35. SP	11.357	12,55
4.Sul	29.500	32,59
41. PR	15.939	17,61
42. SC	3.464	3,83
43. RS	10.097	11,15
5.Centro-Oeste	9.501	10,50
50. MS	1.276	1,41
51. MT	2.611	2,88
52. GO	5.559	6,14
53. DF	55	0,06

Em se tratando das unidades da Federação, o maior número de produtores entrevistados está nos Estados do Paraná (17,61%), de São Paulo (12,55%), do Rio Grande do Sul (11,15%) e da Bahia (10,19%).

Cinco estados no Norte (Amazonas, Amapá, Acre, Roraima e Pará, em ordem crescente), dois no Nordeste (Alagoas e Sergipe) e o Distrito Federal, no Centro-Oeste, não atingem 1% do total de produtores na amostra.

A proporção de produtores rurais que estes números representam não pôde ser conferida diretamente, por ausência de dados censitários equivalentes.

A Tabela 2 mostra a ocorrência de estabelecimentos agropecuários em cada unidade da Federação, de acordo com o Censo Agropecuário 1995-1996 (IBGE, 1998) e apresenta a proporção de estabelecimentos incluídos no levantamento do Projeto Comcenso Rural.

Se as proporções da amostra, em cada unidade da Federação e em cada região, correspondessem exatamente à média nacional, elas seriam de 3,34%.

Comparadas à distribuição dos 4.363.187 estabelecimentos recenseados em 1995/96, as proporções de estabelecimentos da amostra variam de 0,03% no Amazonas, a 7,92% no Paraná. Por região, elas variam bem menos, pois são 1,66% no Norte, 2,17% no Nordeste, 4,99% no Sul, 6,28% no Centro-Oeste e 6,57% no Sudeste.

Estas comparações sugerem um viés desfavorável à mais completa representação do Norte e do Nordeste, que deve ser levado em consideração nas interpretações dos resultados e no uso dos dados para fins de cálculo de parâmetros.

Apesar disso, o tamanho da amostra de qualquer uma das regiões do País, medido pelos estabelecimentos recenseados é de, pelo menos, 7 mil unidades, o que encoraja o uso dos dados para uma grande quantidade de estudos, desde que se adotem as precauções e se apontem as restrições e os limites de interpretação apropriados para cada caso. As tendências das diferenças indicadas devem ser levadas em consideração para o entendimento e uso das análises que se seguem.

Os 90.518 produtores rurais dirigem 145.890 estabelecimentos. A Tabela 3 mostra a média de estabelecimentos por unidade da Federação de residência do produtor. Difere da Tabela 2, porque esta se baseia na localização dos estabelecimentos, enquanto a Tabela 3 se baseia na localização da residência dos produtores que operam os estabelecimentos.

**Tabela 2.** Distribuição dos estabelecimentos por entidade geográfica onde estão localizados, segundo a amostra e o Censo Agropecuário de 1995 -1996.

Entidade geográfica	Amostra		Censo 95 - 96	
	Número	%	Número	% na amostra
Brasil	145.890	100,00	4.363.187	3,34
1. Norte	7.417	5,08	446.175	1,66
11. RO	2.420	1,66	76.956	3,14
12. AC	292	0,20	23.788	1,23
13. AM	22	0,02	83.289	0,03
14. RR	507	0,35	7.476	6,78
15. PA	1.357	0,93	206.404	0,66
16. AP	191	0,13	3.349	5,70
17. TO	2.628	1,80	44.913	5,85
2. Nordeste	50.529	34,63	2.326.413	2,17
21. MA	4.186	2,87	368.191	1,14
22. PI	8.448	5,79	208.111	4,06
23. CE	8.646	5,93	339.602	2,55
24. RN	2.614	1,79	91.376	2,86
25. PB	3.788	2,60	146.539	2,58
26. PE	5.843	4,01	258.630	2,26
27. AL	544	0,37	115.064	0,47
28. SE	915	0,63	99.774	0,92
29. BA	15.545	10,66	699.126	2,22
3. Sudeste	22.673	15,54	344.984	6,57
32. ES	3.605	2,47	73.288	4,92
33. RJ	1.978	1,36	53.680	3,68
35. SP	17.090	11,71	218.016	7,84
4. Sul	50.039	34,30	1.003.180	4,99
41. PR	29.300	20,08	369.875	7,92
42. SC	5.381	3,69	203.347	2,65
43. RS	15.358	10,53	429.958	3,57
5. Centro-Oeste	15.232	10,44	242.435	6,28
50. MS	2.663	1,83	49.423	5,39
51. MT	4.617	3,16	78.762	5,86
52. GO	7.901	5,42	111.791	7,07
53. DF	51	0,03	2.459	2,07

Fonte: Projeto Comcenso Rural e Censo Agropecuário 1995-1996 (IBGE, 1998).

Os produtores do Sul alcançam a maior média de estabelecimentos (1,72). Com o Sudeste (1,64), são as regiões acima da média nacional de 1,61 estabelecimento por produtor. O Nordeste (1,58) está logo abaixo da média nacional, ficando mais abaixo o Centro-Oeste (1,45) e o Norte (1,41).

**Tabela 3.** Distribuição dos estabelecimentos por entidade geográfica de residência do produtor, e número de estabelecimentos por produtor.

Entidade geográfica	Estabelecimentos por residência do produtor (N <sup>o</sup> )	Estabelecimentos/produtor
Brasil	145.890	1,61
1. Norte	6.922	1,41
11. RO	2.394	1,39
12. AC	287	1,74
13. AM	11	1,10
14. RR	507	1,47
15. PA	1.221	1,51
16. AP	204	1,35
17. TO	2.298	1,36
2. Nordeste	49.929	1,58
21. MA	3.913	1,51
22. PI	8.501	1,77
23. CE	8.717	1,51
24. RN	2.655	1,40
25. PB	3.700	1,57
26. PE	5.974	1,43
27. AL	520	1,65
28. SE	1.059	2,11
29. BA	14.890	1,61
3. Sudeste	24.544	1,64
32. ES	4.068	1,70
33. RJ	1.991	1,68
35. SP	18.485	1,63
4. Sul	50.716	1,72
41. PR	29.694	1,86
42. SC	5.571	1,61
43. RS	15.451	1,53
5. Centro-Oeste	13.779	1,45
50. MS	1.965	1,54
51. MT	3.795	1,45
52. GO	7.954	1,43
53. DF	65	1,18

Considerando a unidade da Federação, porém, é Sergipe quem mostra a mais elevada concentração de estabelecimentos por produtor (2,11), seguido de perto pelo Paraná (1,86), Piauí (1,77), Acre (1,74) e Espírito Santo (1,70). As concentrações mais baixas se observam entre os produtores do Amazonas (1,10), do Distrito Federal (1,18), do Amapá (1,35) e de Tocantins (1,36).

## Características socioeconômicas dos produtores

### Gênero

A grande maioria dos produtores agropecuários é do sexo masculino (89,1%, Tabela 4). A preponderância masculina é ligeiramente menor no Sudeste (88,1%) e no Centro-Oeste (88,6%), maior no Norte (89,7%), no Sul (89,5) e no Nordeste (89,4%).

**Tabela 4.** Distribuição percentual do gênero dos produtores, no País e por região.

Região	Gênero	
	Masculino	Feminino
Brasil	89,1	10,9
Norte	89,7	10,3
Nordeste	89,4	10,6
Sudeste	88,1	11,9
Sul	89,5	10,5
Centro-Oeste	88,6	11,4

Sob esse aspecto, as diferenças regionais parecem desprezíveis, pois sequer atingem dois pontos de porcentagem entre os extremos. Este resultado reflete uma sociedade organizada sob o domínio do patriarcalismo na qual, até recentemente, o homem era o principal provedor da família de estrato médio e superior.

### Idade

A Tabela 5 caracteriza as faixas etárias dos produtores e a Tabela 6 aponta as diferenças por gênero. A moda de idade está na faixa de 50 a 69 anos (49,3%) em 1999. Apenas 2,5% têm menos de 30 anos, o que mostra o comando ou a posse de unidade de produção agropecuária como um bem que não se conquista cedo, mas sim na maturidade.

A participação, por gênero, nas diferentes faixas etárias (Tabela 6) revela que existe maior participação feminina na população da amostra em geral (Tabela 4), de que entre as pessoas que declararam a data de nascimento (10,9% *versus* 10,5%). Há grandes diferenças da participação feminina por faixa etária.



**Tabela 5.** Distribuição percentual da idade dos produtores.

Idade (anos)	%
Total	100,0
70 ou mais	21,4
De 50 a 69	49,3
De 30 a 49	26,9
Menos de 30	2,5

**Tabela 6.** Distribuição percentual da idade dos produtores, por gênero.

Idade (anos)	Gênero	
	Masculino	Feminino
Total	89,5	10,5
70 ou mais	87,2	12,8
De 50 a 69	90,7	9,3
De 30 a 49	89,8	10,2
Menos de 30	82,1	17,9

A mais alta, se dá entre produtores com menos de 30 anos (17,9%). Logo a seguir, vem a faixa mais velha, com 70 anos ou mais (12,8%). Nas duas faixas intermediárias, que englobam 76,2% do total (Tabela 5), a participação é mais baixa, 9,3 e 10,2%, respectivamente.

A explicação para a pequena diferença entre mulheres e homens talvez não seja a anedótica tendência, sancionada socialmente, de esconder a idade.

A maior presença de produtoras idosas é coerente com a sobrevivência masculina mais curta, podendo estar associada também com o menor número de declarantes femininas, supondo que existe sempre mais imprecisão nas respostas sobre fatos menos recentes.

Finalmente, a relativamente forte participação da mulher entre a pequena faixa de produtores jovens parece indicar uma mudança de padrão na estrutura do mundo rural. Este, como o urbano, se torna, lenta e seguramente, mais igualitário, menos patriarcal e menos machista.

## Instrução

A instrução modal dos produtores é de primeiro grau completo (63,9%, Tabela 7). É surpreendente que apenas 5,8% apresente grau de educação formal inferior a este, o que parece indicar que um mínimo de instrução é condição necessária para alcançar tal nível social no campo. Os que terminaram segundo grau e nível superior são, respectivamente, 16,8 e 13,5%.

**Tabela 7.** Distribuição percentual do grau de instrução dos produtores no País e por região.

Grau de instrução	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
< 1 <sup>o</sup> grau	5,8	6,9	11,9	3,2	2,0	3,0
1 <sup>o</sup> grau	63,9	65,1	61,5	58,3	71,8	54,9
2 <sup>o</sup> grau	16,8	18,9	16,3	18,0	14,5	22,1
Superior	13,5	9,1	10,4	20,5	11,7	20,0

Em relação aos produtores de cada região, a maior concentração com escolaridade inferior ao primeiro grau, isto é, analfabetos ou quase, está no Nordeste (11,9%) e no Norte (6,9%). Os produtores com educação superior se concentram no Sudeste (20,5%) e no Centro-Oeste (20,0%). O Sul se coloca em posição intermediária (11,7%).

Outro modo de evidenciar o acervo de conhecimentos disponível, é medir a proporção de produtores com escolaridade além do nível fundamental do primeiro grau. A soma das duas últimas linhas da Tabela 7 indica que tal acervo é maior no Centro-Oeste (42,1%), seguido pelo Sudeste (38,5%), Norte (28,0%), Nordeste (26,7%), deixando o Sul em último lugar (26,2%).

Como se vê, cada região do País tem características especiais no que se refere à contribuição da educação para a gerência da produção agropecuária e tais características não são óbvias.

Diferenças na história das agriculturas regionais e das ondas migratórias, no tipo de produtos, no nível tecnológico, na disponibilidade de capital e de mão-de-obra e na relação com os mercados consumidores são algumas das variáveis que podem estar ligadas às evidências descritas sobre educação.

O gênero feminino possui grau mais alto de instrução formal entre os produtores rurais, de que o masculino (Tabela 8). São 5,9% os homens que não completaram o primeiro grau, mas apenas 5,2% das mulheres não o fizeram.

**Tabela 8.** Distribuição percentual do grau de instrução, por gênero.

Grau de instrução	Gênero	
	Masculino	Feminino
Total	100,0	100,0
< 1º grau	5,9	5,2
1º grau	65,0	55,2
2º grau	16,1	22,4
Superior	13,1	17,2

As mulheres de nível superior são 17,2%, comparadas a 13,1% dos homens. Atinge 39,6% a proporção de mulheres com educação além do nível de 1º grau, enquanto entre os homens, esta é de 29,2%.

Portanto, o acervo de educação disponível ao relativamente pequeno número de mulheres na profissão de produtoras rurais é superior àquele de que os homens dispõem.

Qual a relação entre idade e grau de instrução (Tabela 9 e Fig. 1)? Entre os produtores que não completaram o primeiro grau, 42,1% têm 70 anos ou mais.

Entre os que possuem nível superior, apenas 8,8% estão nessa faixa de idade. Inversamente, apenas 0,8% dos que não completaram o primeiro grau têm menos de 30 anos e 3,7% dos de nível superior estão nessa faixa de idade.

**Tabela 9.** Distribuição percentual da idade dos produtores, por grau de instrução.

Idade (anos)	Grau de instrução			
	< 1º grau	1º grau	2º grau	Superior
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
70 ou mais	42,1	23,0	9,3	8,8
De 50 a 69	47,0	53,7	38,6	43,3
De 30 a 49	10,1	21,7	46,3	44,2
Menos de 30	0,8	1,6	5,9	3,7

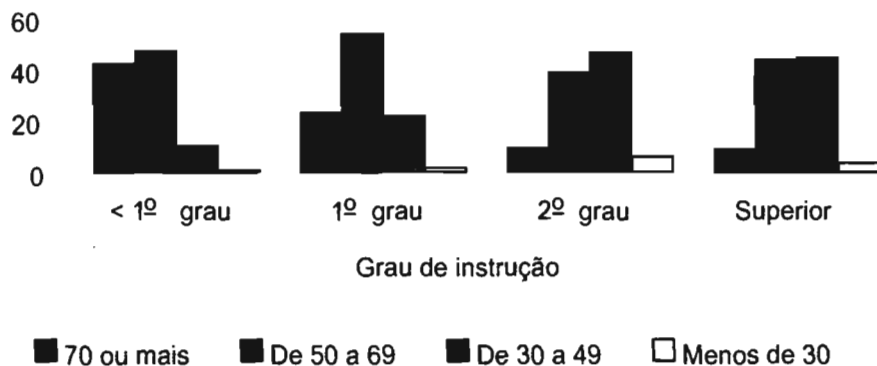


Fig. 1. Distribuição da idade dos produtores, por grau de instrução.

Contudo, a maioria dos que não completaram o primeiro grau e dos que têm apenas o primeiro grau está entre 50 e 69 anos (respectivamente 47,0% e 53,7%). A maioria dos que têm o segundo grau completo está entre 30 e 49 anos (46,3%), assim como a maioria dos que têm curso superior (44,2%).

A Tabela 10 compara os dados de forma diferente, evidenciando a proporção das pessoas de cada faixa de idade que têm nível superior, segundo grau, etc. Existe evidente correlação entre a faixa etária e o nível de educação formal alcançado.

A proporção dos produtores com primeiro grau incompleto (analfabetos ou quase) é de 12,3% na faixa mais velha, baixando paulatinamente para 1,8% na mais jovem. O mesmo se dá com os que têm apenas o primeiro grau (respectivamente 74,3% e 41,4%). O resultado é inverso a partir daí. Entre os mais velhos, apenas 7,7% terminaram o segundo grau. Entre os mais jovens, 38,0%.

Tabela 10. Distribuição percentual do grau de instrução, por idade dos produtores.

Grau de instrução	Idade (anos)			
	70 ou mais	50 a 69	30 a 49	Menos de 30
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
< 1º grau	12,3	5,5	2,1	1,8
1º grau	74,3	70,1	50,0	41,4
2º grau	7,7	12,9	27,3	38,0
Superior	5,8	11,5	20,7	18,9

No que se refere ao curso superior (5,8% entre os mais velhos), a faixa etária dos mais jovens (18,9%) ainda não superou a dos produtores com idade de 30 a 49 anos (20,7%), mas é de se presumir que o fará, porque muitos deverão completar esse nível de estudos com mais de 30 anos.

### *Estado civil*

Os solteiros são uma minoria entre os produtores (Tabela 11): 6,8%, comparados aos 81,7% casados. Ainda há 8,4% de viúvos e 3,1% de separados, divorciados e outros.

**Tabela 11.** Distribuição percentual do estado civil dos produtores.

Estado civil	%
Total	100,0
Solteiro	6,8
Casado	81,7
Viúvo	8,4
Separado	0,7
Divorciado	1,8
Outros	0,6

Em suma, os dados oferecem ampla evidência sobre o incremento do nível de instrução formal entre os produtores rurais brasileiros à medida que novas coortes assumem a função. Isso significa para o Brasil uma agropecuária cada vez mais técnica, mais científica, mais racional, capaz de aproveitar as vantagens da informação, tanto para produzir, como para decidir o que produzir, quanto, quando, como e onde vender.

## **Inserção no mundo capitalista**

Foram apresentados aos respondentes dez indicadores do que poderia ser chamado de inserção no mundo capitalista. Eles medem aspectos que, de um lado, são sociais e, de outro, exigem poder de compra de quem pode deles se beneficiar, e uma visão de mundo que corresponde ao estado avançado do capitalismo moderno.

Por exemplo, a assinatura de um plano de saúde ou de previdência privada assinalam que o produtor não confia apenas nos seus laços familiares para garantir aspectos cruciais do futuro seu e da família nuclear (doença e renda) e, mais, está disposto a entregar tais cuidados a formas organizacionais altamente complexas e externas ao contexto da sociedade local e dos laços familiares.

Por sua vez, algumas dessas inserções (telefone celular, antena parabólica ou computador) permitem alargar sobremaneira o fluxo de informações e adotar um referencial moderno e globalizado para eventuais decisões concernentes à produção e mesmo a como viver a vida e que concepções adotar sobre sua qualidade.

Para o bem ou para o mal, estes meios de comunicação garantem, aos produtores agropecuários que os possuem, acesso direto e sem intermediação ao que representa o presente estado da civilização ocidental.

A Tabela 12 mostra os resultados para o País e para as grandes regiões. Os valores contrastam a evidência de posse dos indicadores contra a não evidência, pois eles representam a proporção dos que afirmaram possuir o(s) indicador(es) em análise, em relação ao total de respondentes (86.696 produtores, após excluir empresas e espólios).

**Tabela 12.** Porcentagens de respostas afirmativas para indicadores de inserção no mundo capitalista, no País e por região.

Indicador	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Plano de saúde	31,4	17,4	24,2	48,7	30,9	36,8
Seguro de veículos	25,1	16,0	15,8	37,7	28,2	30,7
Seguro de vida	22,8	13,4	13,7	37,0	25,1	28,5
Previdência privada	12,4	8,9	8,4	18,8	13,3	14,9
Cartão de crédito	31,5	26,0	19,5	42,4	35,8	43,5
Telefone celular	18,1	13,0	10,9	31,8	16,2	28,4
Videocassete	35,6	27,1	23,6	54,8	37,0	44,9
Antena parabólica	58,4	54,5	47,9	60,7	66,8	65,6
Computador	14,3	12,0	8,5	21,9	15,2	19,9
Crédito rural	27,5	13,2	22,4	27,5	36,0	25,1
Número de casos	86.696	4.796	29.971	14.372	28.343	9.214
Média de indicadores	2,77	2,01	1,95	3,81	3,05	3,38

A posse de antena parabólica por 58,4% dos 86.696 produtores considerados assinala que a televisão é um meio de comunicação procurado com empenho, mesmo que isso demande a instalação de dispositivos especiais que exigem algum desembolso extraordinário e supõem a disponibilidade de energia elétrica.

Dentre os dez indicadores, só a antena parabólica é registrada em mais da metade das respostas dadas. A seguir, porém em porcentagem mais baixa, está o videocassete (35,6%), uma tecnologia que, por sinal, se acopla de perto à da televisão.

Seguem-se-lhe cartão de crédito (31,5%), plano de saúde (31,4%), crédito rural (27,5%) e seguro de veículos (25,1%). Os demais itens não atingem um quarto dos respondentes: seguro de vida (22,8%), telefone celular (18,1%), computador (14,3%) e previdência privada (12,4%).

Apesar de parecerem relativamente pequenos, tais números mostram que, em vez de uma divisão nítida e explícita entre uma cultura e uma economia claramente rural, por um lado, e uma claramente urbana, por outro, como existia na primeira metade do Século 20 (Smith & Marchant, 1951; Azevedo, 1963; Wagley, 1963; Cândido, 1964) hoje o que aparece é uma cultura e uma economia cada vez mais rurbana<sup>1</sup>, como foi antecipado por Gilberto Freyre (1982), em que os limites se esvaem e os valores se fundem (Campanhola & Graziano da Silva, 2000a, 2000b, 2000c, 2000d).

Para a continuação do presente estudo, estão sendo criados índices que melhor assinalem tais características e as relacionem com outras referentes a singularidades dos produtores, dos estabelecimentos agropecuários e das tecnologias.

As regiões apresentam padrões que pouco diferem do padrão nacional, mas há disparidades reveladoras. Como seria de esperar pela diferença inter-regional de renda, todos os indicadores são menores que a média nacional no Nordeste e no Norte, e quase todos são maiores que a média no Sudeste.

No Sul e no Centro-Oeste, os indicadores tendem a ser maiores que a média nacional, com as seguintes exceções: há menos planos de saúde (30,9%) e telefones celulares (16,2%) no Sul e há menos crédito rural (25,1%) no Centro-Oeste.

---

<sup>1</sup> "Características urbanas de vivência e de convivência [...] sobre bases ou sobre espaços principalmente rurais" (Freyre, 1982, Prefácio).

Além disso, o Sudeste sobressai em seis itens, nos quais apresenta mais de oito pontos percentuais de vantagem sobre a média nacional: videocassete (19,2 pontos de porcentagem acima da média nacional), número de planos de saúde (+ 17,3), seguro de vida (+ 14,2), telefone celular (+ 13,7), seguro de veículo (+ 12,6) e cartão de crédito (+ 10,9).

O Sul apresenta apenas duas diferenças dessa magnitude em relação à média nacional: crédito rural, (+ 8,5) e antena parabólica (+ 8,4).

O Centro-Oeste apresenta três: cartão de crédito (+ 12,0), videocassete (+ 9,3) e telefone celular (+ 10,3). No lado negativo, isto é, deficiência superior a oito pontos percentuais da média nacional, o Norte está com 14,3 pontos percentuais abaixo no uso de crédito rural, o que é a maior diferença negativa da média nacional no conjunto de itens e de regiões, -14,0 na participação em planos de saúde, -9,4 em seguro de vida, -9,1 em seguro de veículos e -8,5 em videocassete.

O Nordeste está abaixo em cinco indicadores: cartão de crédito e videocassete (ambos com -12,0 pontos de porcentagem), antena parabólica (-10,5), seguro de veículos (-9,3) e seguro de vida (-9,1).

As diferenças de gênero quase sempre são favoráveis aos homens (Tabela 13). As mulheres estão na dianteira apenas no que se refere a planos de saúde e

**Tabela 13.** Porcentagens de respostas afirmativas para indicadores de inserção no mundo capitalista, por gênero.

Indicador	Gênero	
	Masculino	Feminino
Plano de saúde	30,3	40,6
Seguro de veículos	25,6	20,8
Seguro de vida	23,5	17,4
Previdência privada	12,5	11,9
Cartão de crédito	31,9	28,7
Telefone celular	18,6	13,6
Videocassete	35,5	36,5
Antena parabólica	59,3	51,6
Computador	14,5	12,7
Crédito rural	28,7	17,5
Número de casos	77.280	9.416



videocassete. O maior diferencial é favorável aos homens, no crédito rural, e o segundo às mulheres, nos planos de saúde.

No que se refere a grupos etários (Tabela 14), as faixas da maturidade (30 a 49 e 50 a 69 anos) são as mais participativas, pois ambas apresentam maior acesso aos dez indicadores de integração do que o grupo mais velho (70 ou mais) e, em quase todos os casos, que o mais novo (menos de 30).

**Tabela 14.** Porcentagens de respostas afirmativas para indicadores de inserção no mundo capitalista, por faixa de idade.

Indicador	Idade (anos)			
	70 ou mais	50 a 69	30 a 49	Menos de 30
Plano de saúde	29,8	32,5	31,1	25,0
Seguro de veículos	18,9	26,1	28,6	19,1
Seguro de vida	10,9	24,0	31,3	16,8
Previdência privada	10,5	12,6	13,7	9,3
Cartão de crédito	21,1	32,4	38,3	28,4
Telefone celular	9,5	18,1	24,3	16,1
Videocassete	21,9	35,6	45,8	36,9
Antena parabólica	50,9	60,3	64,0	49,1
Computador	5,5	14,1	21,5	15,2
Crédito rural	18,6	29,5	33,3	26,9

Fazem exceção o acesso a vídeo cassete e a computador, em que os mais novos estão colocados logo depois do grupo de 30 a 49 anos, porém à frente do de 50 a 69 anos e do de 70 ou mais.

Analisando-se apenas os dois grupos mais participativos, conclui-se que o mais jovem deles (30 a 49 anos) é superior no acesso a todos os itens, exceto plano de saúde, mas com diferença, neste caso, de apenas 1,4 ponto de porcentagem.

Finalmente, ressalta o peso do seguro de vida (31,3%), cartão de crédito (38,3%), telefone celular (24,3%), videocassete (45,8%) e computador (21,5%) no grupo de 30 a 49 anos, todos com cinco ou mais pontos de porcentagem acima do grupo que se lhe segue.

A Tabela 12 registra ainda a média de indicadores de inserção no mundo capitalista, utilizados pelos produtores. Foi calculada a partir de uma tabela de

freqüência de acesso (0 a 10) a esses indicadores por cada produtor rural (não mostrada).

No País, a média é de 2,77 indicadores por produtor. As regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul apresentam, nesta ordem, indicadores maiores que a média, todos acima de três. O Norte e o Nordeste ficam em torno de dois. Portanto, as desigualdades médias inter-regionais não são grandes.

As desigualdades são reveladas, porém, pela comparação dos extremos, especialmente dentro das regiões. Para cada produtor rural do País com acesso a 9 ou 10 indicadores de inserção no mundo capitalista, existem 16,1 que têm acesso a apenas um ou nenhum dos indicadores.

Diferenças regionais são as seguintes: para cada produtor rural da região que tem acesso a 9 ou dez indicadores, há 48,8, no Nordeste, cujo acesso é apenas a um ou a nenhum. No Norte, há 41,4.

Nas demais regiões, a situação é completamente diferente. No Sul, há 12,7, no Centro-Oeste há 7,9 e no Sudeste, onde a situação é a melhor, há apenas 4,9 com acesso mínimo.

Por sua vez, os arranjos decorrentes de uma cultura rurbanizada ficam evidenciados pela localização de dois dos indicadores estudados: antena parabólica e computador (Tabelas 15 e 16).

Em ambos os casos, o local preferencial é a casa (possivelmente urbana) e não a fazenda. As antenas parabólicas estão só em casa, no caso de dois terços dos

**Tabela 15.** Distribuição percentual do local de instalação de antena parabólica.

<b>Local de instalação</b>	<b>%</b>
Total	100,0
Só em casa	66,6
Só na fazenda	21,4
Em casa e na fazenda	11,0
Em outro local	1,0

**Tabela 16.** Distribuição percentual do local de instalação de computador.

Local de instalação	%
Total	100,0
Só em casa	79,3
Só na fazenda	5,7
Em casa e na fazenda	7,3
Em outro local	7,7

que informaram possuí-las, e os computadores, no caso de 79,3% deles. Ademais, 11,0% instalaram uma antena parabólica em casa e outra na fazenda.

O mesmo aconteceu com referência a 7,3% dos computadores. Os que instalaram esses dois veículos de comunicação só na fazenda, podem tê-lo feito por possuírem aí sua morada única ou mais freqüentada (21,4% das antenas parabólicas e 5,7% dos computadores).

Finalmente, os 7,7% de computadores instalados “em outro local” podem encontrar-se em escritórios ou ambientes de negócio, ou então podem indicar acesso, e não posse, em locais urbanos como sedes de cooperativas e associações, ciber-cafés ou outros semelhantes.

Resumindo, os resultados indicam que os produtores agropecuários apresentam, com freqüência, comportamentos que revelam profunda inserção de parte deles no mundo capitalista.

Essa inserção está diferenciada por tipos de comportamento, sendo maior com referência à comunicação visual (antena parabólica e videocassete).

As faixas etárias da maturidade são as que mais aprofundaram a integração no mundo capitalista, principalmente os produtores agropecuários entre 30 e 49 anos.

Este grupo privilegia o uso do seguro de vida, cartão de crédito, telefone celular, videocassete e computador.

Todos os indicadores mostram a maior inserção das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul, sendo que os produtores agropecuários do Sudeste estão à frente

em quase todos os aspectos medidos, o que sugere práticas agrícolas mais distributivas, pelo menos entre os que detêm o comando do processo de produção.

O Norte e o Nordeste estão abaixo da média em tudo, especialmente na participação em plano de saúde (Norte), no uso de cartão de crédito e de videocassete (Nordeste). O uso de computadores e telefones celulares, ambos emblemáticos da globalização, já passou de 19% nas Regiões Sudeste e Centro-Oeste, mas não no conjunto do País.

Portanto, os dados sugerem que a tese dos dois Brasis (Lambert, 1950) apesar de se ter passado mais de meio século depois de formulada e a despeito dos arranjos rurbanos e da evidente entrada no campo dos valores contemporâneos da cultura ocidental dominante, ainda não foi de todo descartada, pelo menos no que se refere à organização da produção rural<sup>2</sup>.

As relações desses indicadores com comportamentos ligados à produção deverão ser exploradas posteriormente.

## Relacionamento e associativismo

A Tabela 17 mostra as percentagens de produtores que se associam em cooperativas ou outro tipo de organização. Menos da metade (43,4%) respondeu afirmativamente. No Sul e no Sudeste, porém, mais da metade dos produtores é associada, respectivamente 54,6% e 51,0%.

No Nordeste, são apenas 31,6% os que se associam, sendo 36,0% no Norte e 39,2% no Centro-Oeste. Em fase posterior do Projeto, o associativismo será melhor estudado.

Dentre os meios de informação que alimentam a inserção dos produtores na sociedade contemporânea, a televisão é, de longe, o mais importante (Tabela 18

---

<sup>2</sup> As inúmeras críticas que o autor recebeu através dos anos, têm-se baseado sempre no caráter da relação entre os dois Brasis, mas nenhuma delas, ao que consta, negou o fenômeno descrito. Pelo contrário, a sociologia (Cardoso e Falleto, 1970; Ianni, 1976) e a economia (Furtado, 1961; Graziano, 1996) brasileiras têm trabalhado sobre a proposta de Lambert para elucidar o fenômeno que ela descreve. Os dois Brasis são, de fato, interligados e não estanques. Se o progresso do Brasil desenvolvido é sustentado pelo Brasil retrógrado, então a configuração de desigualdade regional se torna um problema nacional e uma questão de ética ainda não superada.

**Tabela 17.** Porcentagem de produtores associados a cooperativas ou outros tipos de associação, no País e por região.

Entidade geográfica	%
Brasil	43,4
Norte	36,0
Nordeste	31,6
Sudeste	51,0
Sul	54,6
Centro-Oeste	39,2

e Fig. 2). Nada menos de 73,7% responderam que se informam na televisão. A seguir estão o rádio (33,4%), o jornal (29,6%), as revistas (17,2%) e outros (3,8%).

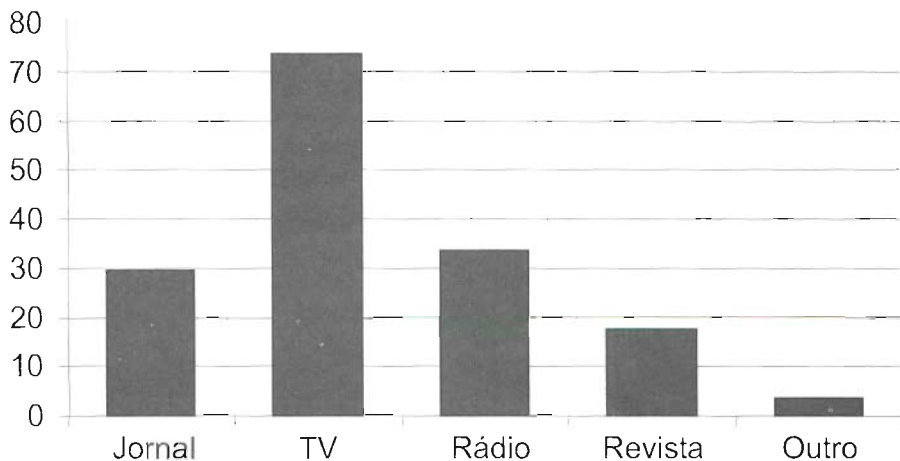
A estrutura formada pela importância relativa dos meios de comunicação enquanto fontes de informação, deixa supor que a visão global do mundo e do País está se sobrepondo à visão local.

Com efeito, a maioria da informação televisada se dirige aos interesses de uma audiência disseminada por grandes áreas e distribuída por todas as camadas sociais (exemplo: o *Jornal Nacional* da Rede Globo de televisão). É esse o veículo de informação a que os produtores agropecuários estão mais expostos.

Os veículos mais centrados nos interesses estaduais e locais (jornal e rádio) estão muito abaixo em frequência de uso. As revistas, principalmente as especializadas, podem complementar os outros meios de informação, oferecendo análises mais aprofundadas sobre assuntos de interesse geral, principalmente os conjunturais, mas não serão veículos locais.

**Tabela 18.** Porcentagens de respostas afirmativas sobre os meios de informação utilizados pelos produtores, no País e por região.

Meio de informação	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Jornal	29,6	17,9	19,1	46,0	32,7	34,9
TV	73,7	64,1	64,4	83,6	80,6	72,7
Rádio	33,4	30,3	32,2	19,0	44,5	29,0
Revista	17,2	16,4	13,3	23,5	15,4	26,0
Outro	3,8	3,1	2,9	5,2	3,8	5,6



**Fig. 2.** Porcentagens de uso dos meios de informação pelos produtores

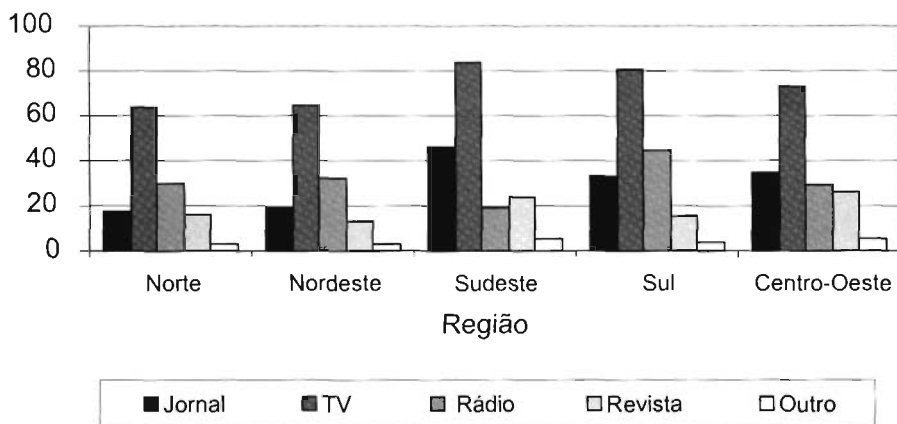
Resta, pois, um grande espaço para as informações veiculadas nos contatos pessoais, sejam eles familiares, de amizade ou no contexto de associações de classe, informações estas que versarão principalmente sobre os interesses e assuntos locais.

E como se diferencia por região o acesso a tais meios de comunicação informativa? A Tabela 18 e a Fig. 3 mostram que a dominância geral da televisão é ainda mais forte no Sudeste (83,6%) e no Sul (80,6%).

O Centro-Oeste se coloca em posição intermediária (72,7%). Mesmo o Nordeste (64,4%) e o Norte (64,1%), com os menores índices, ainda mostram quase dois terços dos produtores agropecuários como usuários da televisão.

Assim como acontece com a televisão, a leitura de jornais polariza os dois Brasis: de um lado, Sudeste 46,0%, Centro-Oeste 34,9%, Sul 32,7%; de outro, Nordeste 19,1%, Norte 17,9%. Mas o uso de rádio e de revistas não repete o padrão.

O rádio impera no Sul (44,5%), recebe audiências intermediárias no Nordeste (32,2%), no Norte (30,3%) e no Centro-Oeste (29,0%) e fica bem abaixo no Sudeste (19,0%).



**Fig. 3.** Porcentagens de uso dos meios de informação pelos produtores, por região.

A revista tem melhor desempenho no Centro-Oeste (26,0%) e Sudeste (23,5%), e menor importância no Norte (16,4%), no Sul (15,4%) e no Nordeste (13,3%).

O rádio e as revistas são os dois veículos de informação que mais têm sua procura diferenciada por gênero (Tabela 19 e Fig. 4): 33,8% dos homens usam do rádio, contra apenas 30,6% das mulheres. Inversamente, 19,7% das mulheres procuram as revistas, as quais apenas 16,9% dos homens apontam como uma de suas fontes de informação.

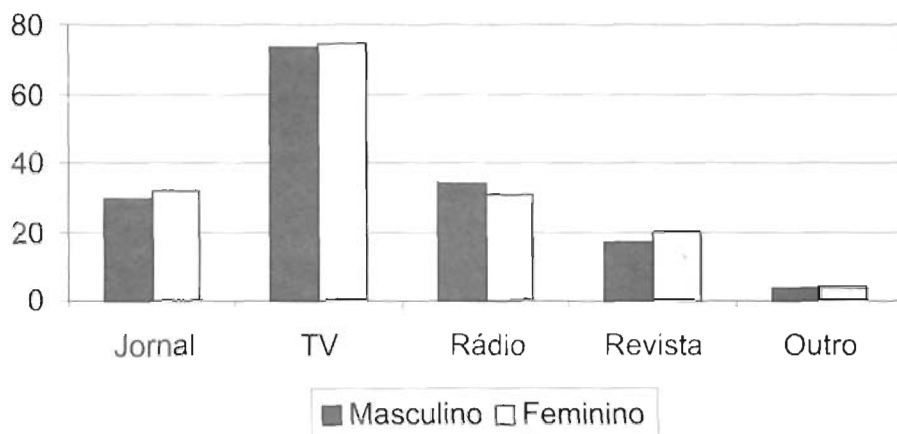
As diferenças de uso dos meios de informação analisados resultam em um público diferente para cada um deles, de acordo com a faixa etária (Tabela 20 e Fig. 5). O grupo de 50 a 69 anos é dominante em todos os meios de informação considerados, por ser o maior e o que mais consome.

Outros grupos desenham uma diferença nítida. Os menores de 30 anos participam com 2,4% no público analisado de jornal e televisão, com 2,5% no rádio e sobem a 3,1% nas revistas.

Os de 70 ou mais, pelo contrário, são 14,7% no público de revistas, 18,3% no de jornais, e atingem 20,4% entre os produtores rurais que escutam rádio e também entre os que assistem à televisão.

**Tabela 19.** Porcentagens de respostas afirmativas sobre os meios de informação usados pelos produtores, por gênero.

Meio de informação	Gênero	
	Masculino	Feminino
Jornal	29,4	31,7
TV	73,6	74,7
Rádio	33,8	30,6
Revista	16,9	19,7
Outro	3,9	3,9



**Fig. 4.** Porcentagens de uso dos meios de informação pelos produtores, por gênero.

**Tabela 20.** Distribuição percentual dos grupos de idade, por meio de informação usado pelos produtores.

Idade (anos)	Meio de informação				
	Jornal	TV	Rádio	Revista	Outro
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
70 ou mais	18,3	20,4	20,4	14,7	15,5
De 50 a 69	48,0	49,6	49,2	47,1	46,2
De 30 a 49	31,3	27,6	27,9	35,0	35,6
Menos de 30	2,4	2,4	2,5	3,1	2,7

Os grandes leitores de revistas são a faixa de 50 a 69 anos, com 47,1%.

De fato, eles são os maiores leitores, visto que também aparecem em primeiro lugar, com 48,0%, entre os leitores de jornal.



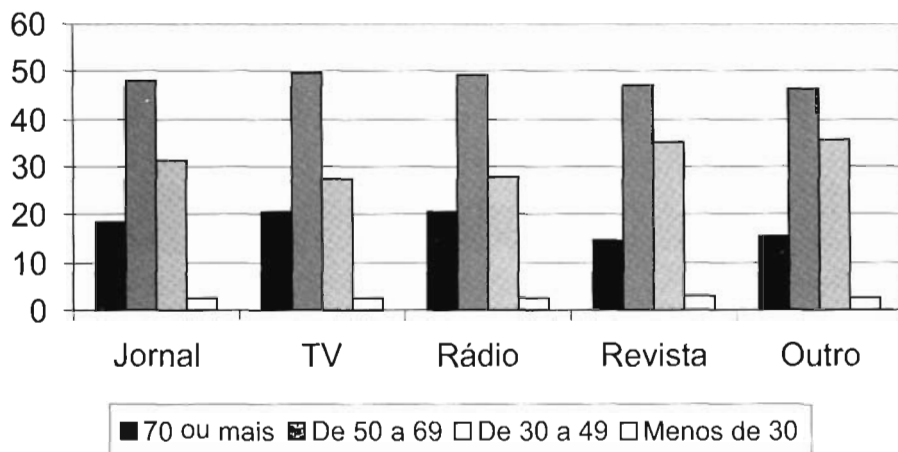


Fig. 5. Distribuição dos grupos de idade, por meio de informação usado pelos produtores.

## A Embrapa e os produtores agropecuários

### *Conhecimento e opinião sobre a Embrapa*

Raramente a Embrapa faz campanhas institucionais para difundir a imagem usando os grandes meios de comunicação de massa, mas marca presença freqüente em programas de televisão e rádio, em sessões de revistas e de jornais dedicadas ao campo.

Perguntados se conhecem a Embrapa (Tabela 21), 74,2% dos produtores agropecuários responderam que sim, em diversos níveis: 44,3% conhecem só de nome, 22,4% conhecem um pouco e 7,5% conhecem muito bem.

As diferenças regionais desse conhecimento podem ser descritas pela localização dos 25,8% que disseram não conhecer a Embrapa e pela dos que disseram conhecê-la muito bem. A porcentagem mais alta dos que não a conhecem está no Nordeste, onde 34,1% fizeram essa afirmativa.

Entre as demais regiões, os números se aproximam e mostram que a Embrapa é conhecida por cerca de 80% dos produtores agropecuários de cada uma.

**Tabela 21.** Distribuição percentual do nível de conhecimento sobre a Embrapa, por parte dos produtores, no País e por região.

Nível de conhecimento sobre a Embrapa	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sim, muito bem	7,5	8,5	5,8	7,3	8,3	10,5
Sim, um pouco	22,4	20,1	16,2	22,1	28,0	27,7
Sim, só de nome	44,3	52,7	43,9	48,7	41,4	43,5
Não conhece	25,8	18,8	34,1	21,9	22,3	18,3

O Norte (18,8% de desconhecimento) e o Centro-Oeste (18,3%) estão em melhor situação. O Sul (22,3%) e o Sudeste (21,9%) se põem em situação intermediária.

Os que afirmaram conhecer muito bem a Embrapa são mais representados entre os produtores do Centro-Oeste (10,5%) e do Norte (8,5%), seguidos de perto pelos do Sul (8,3%) e do Sudeste (7,3%). Confirma-se o conhecimento relativamente menor da Embrapa no Nordeste, onde apenas 5,8% declararam conhecê-la muito bem.

Os principais resultados que se relacionam com a opinião dos produtores sobre o trabalho desenvolvido pela Embrapa aparecem na Tabela 22.

Há sinal de que a maioria dos que não a conhecem responderam que não têm opinião sobre o assunto, visto que a proporção de "não sabe", nesta pergunta, é sempre um pouco maior, região por região, que a proporção de "não conhece" na questão anterior (ver Tabela 21).

**Tabela 22.** Distribuição percentual da opinião dos produtores sobre o trabalho desenvolvido pela Embrapa, no País e por região.

Opinião	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Muito importante	66,9	69,4	61,0	68,5	69,0	76,1
Pouco importante	4,5	5,0	3,7	4,1	5,7	3,6
Sem importância	0,9	1,3	0,8	1,0	0,7	0,9
Não sabe	27,8	24,4	34,5	26,4	24,6	19,3

Cerca de dois terços (66,9%) disseram que o trabalho da Embrapa é muito importante e apenas 5,4% consideraram-no pouco importante ou sem importância. Os demais 27,8% disseram que não sabem.

Quanto ao reconhecimento do trabalho da Embrapa, as regiões se colocam em ordem quase diametralmente inversa à do desconhecimento. O mais alto reconhecimento vem dos produtores do Centro-Oeste (76,1%) seguidos pelos do Norte (69,4%), Sul (69,0%), Sudeste (68,5%) e Nordeste (61,0%).

As três regiões intermediárias apresentam pequenas diferenças entre si, o que sublinha o grau de alto reconhecimento do Centro-Oeste e o de menor apoio expresso pela Região Nordeste.

Deve-se observar, no entanto, que a proporção de “muito importante” no Nordeste não decai devido a uma desaprovação direta, mas sim devido à falta de conhecimento sobre a Embrapa pelos produtores agropecuários da região (Tabela 21), que concorda com a alta porcentagem de respostas “não sabe” (34,5%) na Tabela 22.

Devido à relevância das respostas a essa questão para o trabalho da Embrapa, as porcentagens foram recalculadas desconsiderando a alternativa “não sabe”, e os resultados aparecem na Tabela 23.

Como pode ver-se na Tabela 23, entre os produtores que têm uma posição definida sobre o trabalho da Embrapa, a porcentagem da opinião “muito importante” é de 92,5% no total do País, e varia muito pouco, ao redor desse valor, nas cinco regiões.

**Tabela 23.** Distribuição percentual da opinião dos produtores sobre o trabalho desenvolvido pela Embrapa, no País e por região, sem considerar a alternativa “não sabe”.

Opinião	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Muito importante	92,5	91,7	93,1	93,1	91,5	94,4
Pouco importante	6,2	6,6	5,6	5,6	7,6	4,5
Sem importância	1,2	1,7	1,2	1,4	0,9	1,1

Em particular, a Região Nordeste, que aparecia no lugar mais baixo nessa alternativa, na Tabela 22, sobe para o segundo lugar (junto com o Sudeste), com 93,1% das respostas.

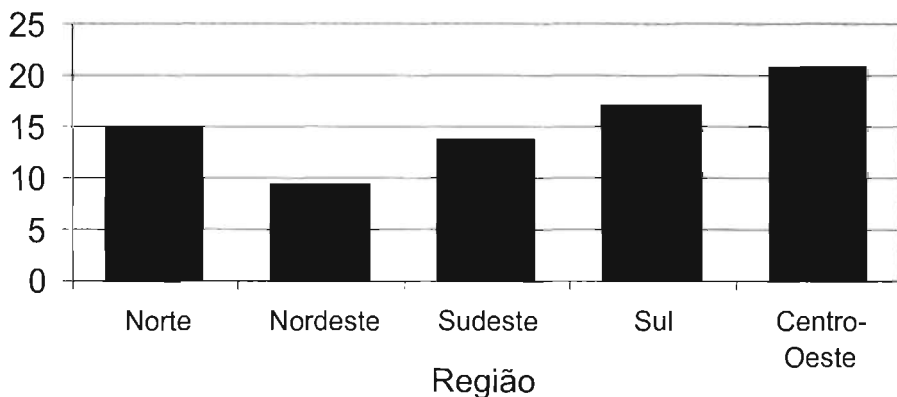
### *Busca de informação*

Os produtores agropecuários brasileiros buscam informação nos centros de pesquisa da Embrapa: 14,1% deles em todo o País (Tabela 24 e Fig. 6).

As regiões que se destacam são o Centro-Oeste com a maior porcentagem (20,8%) e o Nordeste, com a menor (9,4%). O Sul aparece com 17,1%, o Norte com 15,1% e o Sudeste com 13,8%.

**Tabela 24.** Porcentagem de produtores que declararam buscar informação nos centros da Embrapa, no País e por região.

Entidade geográfica	%
Brasil	14,1
Norte	15,1
Nordeste	9,4
Sudeste	13,8
Sul	17,1
Centro-Oeste	20,8



**Fig. 6.** Porcentagem de produtores que procuram a Embrapa, por região.

O nível de conhecimento sobre a Embrapa está correlacionado com a procura de informações em seus centros de pesquisa (Tabela 25).

A maioria dos produtores que disseram conhecer a Embrapa “muito bem” responderam que procuram informações ali (59,0%). Dentre os que disseram conhecer apenas “um pouco”, a porcentagem dos que procuram a empresa é de apenas 29,1%.

**Tabela 25.** Distribuição percentual da busca de informação nos centros da Embrapa, por grau de conhecimento sobre a Empresa.

Busca informação	Conhece a Embrapa	
	Sim, muito bem	Sim, um pouco
Total	100,0	100,0
Sim	59,0	29,1
Não	41,0	70,9

### *Acesso às informações tecnológicas da Embrapa*

As tecnologias da Embrapa chegam ao conhecimento dos produtores por diversos canais de informação. Quatro desses canais são de especial importância e foram avaliados.

De acordo com a Tabela 26, para o total do País, quando perguntados como têm acesso às informações sobre as tecnologias da Embrapa, 29,2% dos produtores agropecuários indicaram que têm acesso pela imprensa, 11,1%, pelas cooperativas e associações, 9,8%, por escritórios de extensão e 0,9% pela Internet.

Além disso, 10,8% disseram que têm acesso por outros meios, o que representa uma porcentagem bastante alta, de modo que a categoria será analisada em outra fase da pesquisa.

No que se refere à Internet, fica claro que a posse de computadores (14,3%, Tabela 12) nem de longe significa acesso às tecnologias da Embrapa por esse meio (0,9%, Tabela 26).

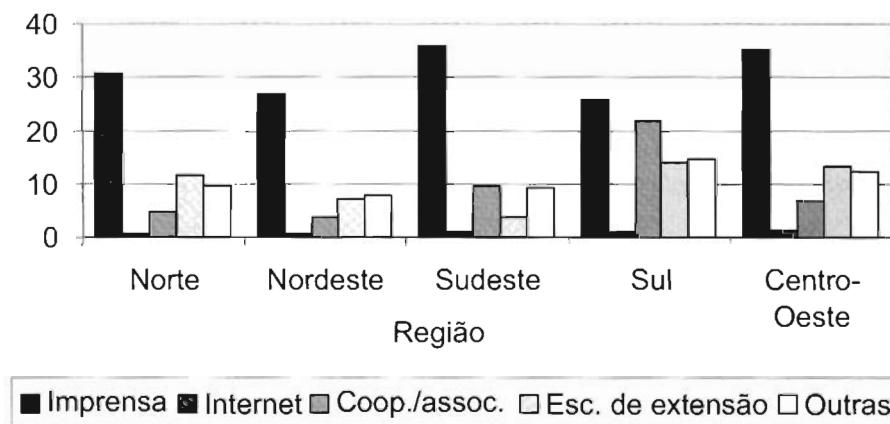
**Tabela 26.** Percentagens de respostas afirmativas para as formas de acesso às informações sobre as tecnologias da Embrapa, no País e por Região.

Forma de acesso	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Imprensa	29,2	30,9	26,9	36,0	26,0	35,3
Internet	0,9	0,7	0,6	1,0	1,0	1,5
Cooperativas e associações	11,1	4,7	3,8	9,7	21,9	7,0
Escritórios de extensão	9,8	11,5	7,3	3,9	13,9	13,3
Outras	10,8	9,6	7,7	9,4	14,6	12,2

Com efeito, muitos computadores podem não estar conectados à Internet ou os sites da Embrapa podem não ser suficientemente procurados.

Como se diferenciam regionalmente, as formas de acesso dos produtores agropecuários às informações sobre as tecnologias da Embrapa? A Tabela 26 e a Fig. 7 oferecem dados para a resposta.

A imprensa atinge seus pontos mais altos no Sudeste (36,0%) e no Centro-Oeste (35,3%). Surpreendentemente, o ponto mínimo não se localiza nos 26,9% dos produtores do Nordeste, mas sim nos 26,0% do Sul.



**Fig. 7.** Percentagens das formas de acesso às informações sobre as tecnologias da Embrapa, por região.

O Norte apresenta 30,9% de produtores rurais que têm acesso às informações das tecnologias da Embrapa pela imprensa. Depois da imprensa, que predomina em todas as regiões, aparecem as singularidades regionais.

No Centro-Oeste, os escritórios de extensão atuam como a segunda fonte de acesso (13,3%).

No Sul, embora estes sejam relativamente ainda mais importantes que no Centro-Oeste (13,9%), as cooperativas e associações (21,9%) é que assumem o segundo lugar.

No Norte e no Nordeste, o acesso se dá principalmente pela imprensa, como se viu, mas também pelos escritórios de extensão (respectivamente 11,5% e 7,3%) e pelas cooperativas e associações (mais no Norte, 4,7%, do que no Nordeste, 3,8%).

A Internet é uma forma um pouco mais usada no Centro-Oeste (1,5%), no Sudeste e no Sul (ambas com 1,0%), ficando o Norte e o Nordeste respectivamente com 0,7 e 0,6%.

Todavia, é bom não esquecer que mesmo pequenas frações podem representar grandes números, dependendo do número de produtores entrevistados em cada região.

### *Uso de tecnologias/serviços da Embrapa*

Quantos produtores utilizam tecnologias e serviços da Embrapa em suas atividades? Esta é uma questão em que dificilmente as respostas podem corresponder fielmente à realidade.

Muitos não estarão conscientes de que uma determinada tecnologia que usam foi criada pela Embrapa (desinformação), outros tenderão a ligar a imagem que têm dela com tecnologias que, de fato, foram produzidas por outras organizações de pesquisa (efeito halo).

Para minimizar esses problemas metodológicos, foi perguntado quais tecnologias da Embrapa o produtor usa, mas os resultados desta questão de aprofundamento ainda não estão incorporados aos dados da Tabela 27 comentados aqui.

**Tabela 27.** Distribuição percentual do uso de tecnologias/serviços da Embrapa.

Usa tecnologias/serviços da Embrapa	%
Total	100,0
Sim	13,9
Não	63,8
Não sabe	22,2

Além disso, espera-se que a alternativa “não sabe” capte a maior parte das respostas decorrentes da falta de informação. Se isso acontecer, resta nos dados um viés negativo, que pode ser responsável por subespecificação daqueles que utilizam tecnologias da Embrapa. De qualquer forma, os presentes resultados devem ser aceitos com prudência e um senso de provisoriedade.

Entre os entrevistados, 13,9% afirmaram que utilizam tecnologias ou serviços da Embrapa na atividade rural.

Supondo que o efeito halo foi evitado, este é o número mais confiável e representa uma subestimação, correspondendo aos produtores agropecuários que, no momento da pesquisa, tinham consciência de estarem usando serviços ou tecnologias produzidos pela pesquisa da Embrapa.

Os demais responderam que não usam (63,8%) ou que não sabem (22,2%).

As porcentagens de respostas relacionadas com satisfação, entre os produtores que já utilizaram tecnologia da Embrapa, aparecem na Tabela 28.

**Tabela 28.** Distribuição percentual do grau de satisfação com respeito a tecnologias da Embrapa, no País e por região.

Grau de satisfação	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Muito satisfeito	29,2	35,1	34,9	34,9	25,5	31,3
Satisfeito	67,0	57,9	59,8	60,2	71,3	66,0
Insatisfeito	3,0	6,2	4,0	4,0	2,6	1,9
Muito insatisfeito	0,7	0,8	1,3	0,9	0,5	0,8



A soma de "muito satisfeito" com "satisfeito" é considerada um índice de satisfação e atinge 96,2% dos usuários no País. Apenas 0,7% deles estão muito insatisfeitos.

O índice de satisfação é mais alto na Região Centro-Oeste, onde bate os 97,3%. Seguem de perto o Sul (96,8%), o Sudeste (95,1%), o Nordeste (94,7%) e, por fim, o Norte (93,0%).

Contudo, se considerarmos apenas os muito satisfeitos, a realidade descrita pelos resultados é um pouco diferente. A maior proporção regional está no Norte (35,1%), seguem-se o Nordeste e o Sudeste, ambos com 34,9%, e no final aparecem o Centro-Oeste (31,3%) e o Sul (25,5%).

Por qualquer ângulo que se vejam, os resultados sobre satisfação se revelam altos e com relativa homogeneidade entre as regiões.

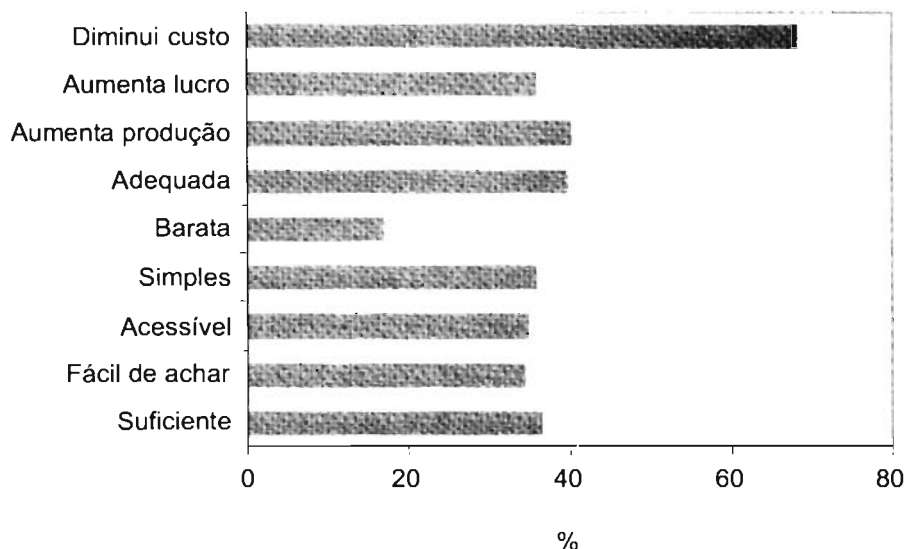
Ainda com referência a tecnologia e seu uso, os produtores julgaram diversos atributos das tecnologias disponíveis para suas atividades de produção.

Os resultados são excelentes indicativos para o planejamento estratégico da Embrapa, em particular, e da pesquisa agropecuária, em geral, e serão posteriormente referenciados aos produtos específicos. A Tabela 29 e a Fig. 8 descrevem sucintamente a situação que está sendo comentada.

No Brasil, como um todo, 36,8% dos produtores julgam que as tecnologias disponíveis para a atividade agropecuária por eles praticada são suficientes.

**Tabela 29.** Porcentagens de respostas afirmativas sobre atributos das tecnologias disponíveis da Embrapa, no País e por região.

Atributos das tecnologias disponíveis	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Suficiente	36,8	17,2	24,9	47,1	47,3	37,3
Fácil de achar	34,5	15,4	25,0	41,7	44,0	35,4
Acessível	34,9	16,7	25,5	41,8	43,8	37,6
Simple	36,0	23,2	30,7	41,6	40,9	36,5
Barata	17,1	8,7	17,0	19,6	17,1	17,5
Adequada	39,9	20,5	30,0	46,2	50,1	41,1
Aumenta a produção	40,3	21,5	30,2	43,8	51,4	43,9
Aumenta o lucro	36,0	18,2	28,2	38,9	44,5	40,7
Diminui o custo	68,4	86,4	75,4	66,0	60,2	65,1
Total de produtores	90.518	4.902	31.674	14.941	29.500	9.501



**Fig. 8.** Porcentagens dos atributos das tecnologias disponíveis da Embrapa.

É alta, portanto, a proporção dos que as acham insuficientes (praticamente 63%). A porcentagem dos que as consideram suficientes varia fortemente entre as regiões.

Os produtores do Sul (47,3%) e do Sudeste (47,1%) se encontram mais satisfeitos com a suficiência, enquanto os do Norte (17,2%) e do Nordeste (24,9%) não consideram tais tecnologias tão suficientes, estando o Centro-Oeste em posição intermediária (37,3%).

Em geral, com a exceção do Sudeste, as tecnologias disponíveis são consideradas adequadas por porcentagens de produtores levemente superiores às encontradas para a suficiência.

De fato, tratando-se da adequação, foram encontradas as seguintes porcentagens: 39,9% no total, tendo o Sul, o Sudeste e o Centro-Oeste proporções mais elevadas (50,1%, 46,2% e 41,1%) que o Norte e o Nordeste (20,5% e 30,0%).

O grau de dificuldade dos produtores para adquirirem essas tecnologias foi dividido em dois aspectos: se a tecnologia é fácil de achar e se é acessível.

Apenas 34,5% dos produtores consideram que elas são fáceis de achar, e 34,9% que elas são acessíveis.

Em relação a esses dois atributos, em termos regionais, as porcentagens são mais altas no Sul (44,0% e 43,8%) e no Sudeste (41,7% e 41,8%), e mais baixas no Norte (15,4% e 16,7%) e no Nordeste (25,0% e 25,5%), enquanto o Centro-Oeste fica próximo da média nacional, com 35,4% e 37,6%, respectivamente.

Quanto ao uso das tecnologias, um pouco mais de um terço disseram que elas são simples (36,0%), mas apenas 17,1% as consideram baratas.

Com referência à simplicidade, em termos regionais, as maiores proporções de respostas afirmativas encontram-se no Sudeste (41,6%) e no Sul (40,9%), enquanto o Centro-Oeste, com 36,5%, está próximo da média, e as proporções mais baixas estão no Norte (23,2%) e no Nordeste (30,7%).

Tratando-se de considerá-las baratas, a mais alta proporção está no Sudeste (19,6%), e a mais baixa no Norte (8,7%), ficando o Nordeste (17,0%), o Sul (17,1%) e o Centro-Oeste (17,5%) nas proximidades da média.

Colocando essas porcentagens em ordem crescente, em cada um dos dois atributos considerados, resultam dois ordenamentos entre as regiões que quase coincidem, havendo apenas uma inversão entre o Sul e o Centro-Oeste; ou seja, existe uma alta correlação por postos entre os dois atributos.

Quais as conseqüências dessas tecnologias sobre a produção, o lucro e o custo, segundo a opinião dos produtores? No total do País, 40,3% dos produtores opinam que as tecnologias disponíveis aumentam a produção, 36,0% que elas aumentam os lucros, e 68,4% que elas diminuem os custos.

Em geral, a situação é mais favorável em relação à diminuição de custos. Colocando as regiões na ordem crescente das proporções de respostas afirmativas sobre esse atributo, obtém-se a seguinte situação: Sul (60,2%), Centro-Oeste (65,1%), Sudeste (66,0%), Nordeste (75,4%) e Norte (86,4%).

Fazendo-se o mesmo em relação aos atributos de aumentar a produção e aumentar os lucros, a situação entre as regiões segue um ordenamento

exatamente oposto ao anterior: Norte (21,5% e 18,2%), Nordeste (30,2% e 28,2%), Sudeste (43,8% e 38,9%), Centro-Oeste (43,9% e 40,7%) e Sul (51,4% e 44,5%).

### *Fundo para pesquisa*

A existência de novas tecnologias agropecuárias, suas características e sua disponibilidade estarão ligadas à forma como a pesquisa agropecuária é organizada e como os custos são suportados.

Tem havido pouca discussão sobre esse aspecto na sociedade brasileira e praticamente nada se conhece sobre a opinião e as disposições dos principais interessados, os produtores agropecuários. Os dados que se seguem oferecem evidências quantitativas abrangentes para alimentar e objetivar a discussão do tema.

A Tabela 30 mostra a posição dos produtores sobre a pergunta: "Você concorda com a idéia de um fundo para a pesquisa, financiado e gerenciado pelos próprios produtores?" O grande número de respostas indecisas ("não sabe") retrata a falta de posição firmada, talvez como resultado da ausência de ampla discussão sobre o tema.

Considerado o conjunto do País, pouco mais de um terço dos produtores rurais (36,2%) está de acordo com a idéia, mas uma porcentagem maior não concorda (44,8%).

Todavia, esse resultado é instável, sabendo-se que os 19,0% que não expressaram posição poderiam reverter tal situação. Região por região, o quadro

**Tabela 30.** Distribuição percentual das respostas sobre concordância com um fundo para pesquisa, no País e por região.

Concorda	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sim	36,2	46,3	39,2	31,4	31,0	44,9
Não	44,8	32,0	38,8	51,5	52,1	38,8
Não sabe	19,0	21,7	22,0	17,1	17,0	16,3

revela sensíveis diferenças. As dúvidas são maiores no Nordeste (22,0%) e no Norte (21,7%) e menores no Centro-Oeste (16,3%).

Além disso, uma situação de absoluta dúvida no Nordeste é indicada pela mínima diferença entre o "sim" (39,2%) e o "não" (38,8%).

No Norte, a dúvida relativa tende para o "sim" (46,3%, contra 32,0% de "não"). Nas três regiões onde as posições estão um pouco mais consolidadas ("não sabe" de apenas 17,1% no Sudeste, 17,0% no Sul e 16,3% no Centro-Oeste) os resultados revelam tendências contraditórias.

O Centro-Oeste adere mais ao "sim" (44,9%) de que ao "não" (38,8%). A posição é inversa e mais radical nas duas outras regiões. O Sul e o Sudeste aderem a 52,1 e 51,5% de "não", com 31,0 e 31,4% de "sim".

Em suma, a idéia de um fundo para pesquisa, gerenciado e financiado pelos próprios produtores rurais, já se mostra aceita por cerca de um terço destes, mas há ainda cerca de dois terços sem opinião ou com opinião contrária ao fundo.

As diferenças regionais, principalmente se comparadas a outros resultados das singularidades do perfil dos produtores agropecuários, sinalizam grande disparidade de conhecimento sobre o assunto e de interesses a ele ligados. Sugerem que a discussão do tema deve ser regionalizada e que o conteúdo da mesma terá de ser específico em cada uma das situações identificadas.

A Tabela 31 dá a porcentagem de produtores que estão dispostos a contribuir com um fundo para pesquisa. No total do País, essa porcentagem alcança 38,8%. A maioria dos produtores do Norte concordou que estariam dispostos a

**Tabela 31.** Porcentagem de produtores dispostos a contribuir com um fundo para pesquisa.

Entidade geográfica	%
Brasil	38,8
Norte	57,2
Nordeste	42,1
Sudeste	33,0
Sul	32,1
Centro-Oeste	47,5

contribuir (57,2%), seguida de 47,5% dos do Centro-Oeste e 42,1% do Nordeste.

No Sudeste (33,0%) e no Sul (32,1%), apenas cerca de um terço se dispõe a contribuir. Tanto no País quanto nas regiões, as porcentagens de disposição a contribuir para o fundo de pesquisa são maiores que as que assinalam concordância com a criação do tipo de fundo descrito pelo questionário (Tabela 30).

Tal resultado pode indicar influência da coleta de dados sobre a opinião dos entrevistados que não a tinham, ou possibilidade de aceitação, pelos produtores, de alguma forma de financiamento da pesquisa agropecuária, mas que não implique a condição de gerenciamento proposta no questionário.

De fato, entre os produtores que concordam com o fundo, 84,0% disseram que estão dispostos a contribuir (Tabela 32). Análises mais detalhadas irão mostrar a composição dos grupos de diferentes opiniões.

**Tabela 32.** Distribuição percentual da disposição para contribuir com o fundo de pesquisa, entre os produtores que concordam com esse fundo.

<b>Disposto a contribuir</b>	<b>%</b>
Total	100,0
Sim	84,0
Não	16,0

## Perspectiva da atividade agropecuária

Finalmente, com respeito aos planos dos produtores agropecuários para o futuro, a maioria mostrou otimismo (Tabela 33). Mais da metade pretende manter o negócio (53,3%) ou aumentá-lo (38,9%). Apenas 3,0% querem diminuir e 4,9% querem sair do negócio.

**Tabela 33.** Distribuição percentual da opinião sobre o futuro da atividade agropecuária, no País e por região.

Opinião sobre a atividade agropecuária	Entidade geográfica					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aumentar o negócio	38,9	64,1	49,0	27,9	30,0	43,1
Manter o negócio	53,3	30,9	43,5	63,0	62,0	48,9
Diminuir o negócio	3,0	1,2	3,0	2,9	3,6	2,1
Sair do negócio	4,9	3,7	4,5	6,2	4,4	6,0

Os que querem aumentar o negócio dominam, sobretudo, no Norte (64,1%) e no Nordeste (49,0%). Os que querem manter o negócio aparecem, sobretudo, no Sudeste (63,0%) e no Sul (62,0%).

Os que pretendem diminuir ou sair do negócio estão, em ordem decrescente, entre os produtores do Sudeste (9,1%), do Centro-Oeste (8,1%), do Sul (8,0%) e do Nordeste (7,5%), sendo que essa proporção é bem menor no Norte (4,9%).

## Síntese conclusiva

O quadro resultante dos dados do Projeto Comcenso Rural é uma descrição singela, mas atual, dos produtores agropecuários brasileiros e apresenta singularidades e homogeneidades.

### *Gênero, estado civil e instrução*

O papel ocupacional de produtor agropecuário é predominantemente masculino. Os homens são majoritários, aproximando-se de 90% em todas as regiões. Pessoas casadas (homens e mulheres) perfazem 82% e dão a segunda grande marca das características sociais da categoria.

Quase metade dos produtores têm de 50 a 69 anos e apenas 2,5% são jovens de menos de 30 anos, o que sugere uma estrutura de gerenciamento experiente e conservadora, com pouca probabilidade de mudanças num prazo médio.

As mulheres na faixa mais nova estão presentes em maior proporção, o que pode significar renovação. Também estão expandindo a participação nas faixas mais velhas, o que pode significar sobrevivência mais longa, característica do gênero feminino.

No primeiro caso, estamos diante de um fenômeno preponderantemente social. No segundo, trata-se de um fenômeno biológico com conseqüências sociais.

A educação formal dos produtores agropecuários brasileiros é tipicamente de primeiro grau completo (quase dois terços), sendo as mulheres mais educadas que os homens.

Além disso, existem mais produtores com nível superior, do que produtores analfabetos ou quase. O menor nível educacional singulariza o Nordeste, onde quase 12% dos produtores não cursaram o primeiro grau completo. E os maiores níveis educacionais foram registrados no Sudeste e no Centro-Oeste, onde cerca de 20% têm educação superior.

Em todo o País, as faixas etárias mais novas são mais educadas que as mais velhas. Isso é o prenúncio de uma agropecuária cada vez mais técnica, mais científica, mais racional, mais capaz de aproveitar criticamente as vantagens da informação e da inovação, tanto para produzir como para decidir o que produzir, quanto, quando, como e onde vender o que for produzido nessas novas condições.

O fato de que as mulheres mais envolvidas na produção agropecuária têm cada vez mais educação formal é de importância sociológica, visto que se tornam, enquanto produtoras, as principais tomadoras de decisão quanto ao uso de tecnologias.

Além do que os dados mostram, é provável que o crescimento do nível educacional também esteja acontecendo entre as esposas dos muitos produtores casados, o que, se verdadeiro, amplia em muito a importância do fenômeno.

Análises posteriores poderão mostrar se o incremento do nível de educação formal se relaciona com a melhora da condição de dependência e de falta de poder que os estudos sociais têm apontado como condição típica da mulher rural



no Brasil (Pacheco, 2002) e em grande parte do mundo subdesenvolvido (FAO, 2002).

### *Inserção no mundo capitalista*

Conforme os indicadores considerados para caracterizá-la, a inserção no mundo capitalista divide o Brasil em dois Brasis. De um lado, a menor inserção do Norte e Nordeste. De outro, o Sul, o Centro-Oeste e o Sudeste com resultados demonstrativos de maior inserção. O crescente nível educacional formal dos produtores rurais brasileiros já por si assinala sua inserção no mundo capitalista e pós-moderno.

A mensuração de dez indicadores identifica variações e oferece evidências empíricas até aqui não disponíveis, para estudos sobre a inserção e os demais aspectos dos comportamentos e das atitudes dos produtores, principalmente sobre o fenômeno da rurbanidade, teorizado por Gilberto Freyre desde meados do século 20, e recentemente explorado e aprofundado pela Escola Rurbana de São Paulo (especialmente Graziano da Silva e associados na Universidade de Campinas).

Os indicadores escolhidos para a presente pesquisa medem aspectos que são indubitavelmente sociais, mas que exigem poder de compra e que correspondem ao estado avançado do capitalismo moderno, sendo, por isso, também econômicos e culturais.

O item mais difundido é o que assegura um laço forte e continuamente atualizado de inserção: a antena parabólica captadora dos sinais de televisão, que já se difunde por quase 60% dos produtores agropecuários. Videocassete, cartão de crédito, plano de saúde, crédito rural, seguro de veículos, seguro de vida, telefone celular, computador e previdência privada seguem nessa ordem, em proporções decrescentes entre 36% e 12%.

As situações regionais não se afastam muito do padrão nacional, mas todos os indicadores são menores que a média no Nordeste e no Norte e maiores no Sudeste. Sobressai ainda a evidência de que os produtores da Região Sudeste possuem, em geral, muito mais videocassetes, planos de saúde, seguros de

vida, telefones celulares, seguros de veículos e cartões de crédito que seus colegas das demais regiões (em muitos itens, pelo menos oito pontos percentuais acima da região seguinte).

As diferenças de gênero são sistematicamente favoráveis aos homens, exceto no acesso a plano de saúde e videocassete. A integração se dá prioritariamente pelo acesso à comunicação visual, e a faixa etária mais integrada ao mundo capitalista é a dos produtores entre 30 e 49 anos.

### *Associativismo e informação*

O associativismo é um comportamento bem mais característico dos produtores agropecuários do Sul e do Sudeste, que do resto do País. Em ambas as regiões, mais da metade se associam a cooperativas ou a outros tipos de organizações de produtores, enquanto nas demais, as proporções ficam em torno de um terço.

A televisão é, de longe, o mais importante meio de comunicação onde procuram informação. Quase três quartos do total o fazem, e a proporção é de mais de 80% no Sudeste e no Sul. Mesmo o Nordeste e o Norte, que têm os menores índices, mostram quase dois terços usando a televisão como principal fonte informativa.

Assim como acontece com a televisão, a leitura de jornais polariza os dois Brasis. Mas o rádio e as revistas obedecem um padrão diferente e singular como fonte de informação.

O rádio é veículo informativo para um terço dos produtores agropecuários do País, mas tem maior presença no Sul e no Nordeste, ficando bem abaixo no Sudeste. A leitura de revistas tem maior frequência no Centro-Oeste e no Sudeste.

A combinação entre idade e hábitos de procura de informação gera diferenças de público para cada veículo. Em todos, predomina o grupo de 50 a 69 anos. Os menores de 30 anos têm uma presença ligeiramente mais alta entre os leitores das revistas que entre os usuários dos demais veículos.

Os de 70 anos ou mais representam um quinto entre os que escutam rádio e os que assistem à televisão. Os grandes leitores de jornais e de revistas estão na faixa dos 50 aos 69 anos, que forma quase metade do público desses dois veículos de informação.

### *Relacionamento com a Embrapa*

A pesquisa mediu, pela primeira vez, aspectos relevantes do relacionamento entre a Embrapa e os produtores agropecuários das diferentes regiões do País. Embora 74% tenham respondido que conhecem a Embrapa, 44% conhecem só de nome, o que é menos do que seria de desejar.

Os 26% que disseram não conhecer a Embrapa estão, sobretudo, no Nordeste (mais de um terço dos produtores agropecuários da região), visto que, nas demais regiões, as proporções estão mais perto de um quinto, com as menores ocorrências no Centro-Oeste e no Norte.

Os que disseram conhecê-la bem alcançam proporções mais altas nessas mesmas duas regiões (em torno de 10%).

Uma alta porcentagem de produtores gosta do trabalho realizado pela Embrapa e o considera muito importante: dois terços de todos os respondentes, incluindo os que disseram não a conhecerem.

O mais alto reconhecimento da importância vem dos produtores das regiões onde é mais conhecida, Centro-Oeste e Norte, e o mais baixo, de onde não tem tanta visibilidade, principalmente o Nordeste.

Parece óbvio que deixar-se conhecer traz resultados positivos para a Embrapa e para seus clientes. As proporções de procura de informação nos centros de pesquisa da Embrapa seguem a mesma ordem crescente dos números anteriores: menos no Nordeste, mais no Centro-Oeste, com as três outras regiões em posição intermediária. Além disso, os produtores que com mais frequência disseram procurar os centros da Embrapa, estão na categoria dos que declararam conhecê-la muito bem.

O acesso às fontes de informações sobre as tecnologias da Embrapa é grandemente diferenciado. A imprensa é mais importante no Sudeste e no Centro-Oeste e menos importante no Sul e no Nordeste, embora seja o principal veículo em todas as regiões.

No Centro-Oeste, ressalta a importância dos escritórios de extensão e, no Sul, a das cooperativas e associações. Estas são menos importantes no Nordeste e no Norte.

A Internet ainda representa um papel marginal (menos de 1% das respostas), sendo mais usada no Centro-Oeste, no Sudeste e no Sul. Mas é bom lembrar que, apesar do pequeno tamanho em termos proporcionais, o número por ela representado equivale a milhares de produtores agropecuários de todos os recantos do Brasil.

### *Uso de tecnologias e serviços*

No momento da pesquisa, cerca de 14% dos respondentes mostraram que tinham consciência de que usavam tecnologias ou serviços da Embrapa em suas atividades de produtores.

Há razões metodológicas para acreditar que esta seja uma subestimação. De qualquer forma, fica evidente o alto grau de satisfação (96%) entre os usuários, especialmente no Centro-Oeste, e a ausência de grandes variações entre as regiões.

Índices de satisfação ligeiramente menores aparecem no Nordeste e no Norte, embora nessas regiões estejam proporções relativamente grandes de "muito satisfeitos". Isso sugere que, nessas regiões, há tecnologias que estão sendo muito aprovadas.

O julgamento feito pelos produtores, sobre diferentes aspectos das tecnologias agropecuárias existentes, é uma base para identificação de demandas de pesquisa. Uma grande parcela, da ordem de 60%, acham insuficientes as tecnologias disponíveis para a atividade agropecuária que praticam.

As maiores demandas por tecnologias suficientes estão exatamente no Nordeste e no Norte, onde ultrapassam os 70%. Também os que reclamam da falta de tecnologias adequadas, da dificuldade de achá-las e do acesso insatisfatório, estão principalmente no Nordeste e, sobretudo, no Norte.

Quanto ao binômio simplicidade e preço, as tecnologias para o Norte e o Nordeste não são consideradas simples nem baratas. A melhor situação está no Sudeste. Ainda assim, cerca de 58% dos produtores entendem que não são simples, e cerca de 80% que não são baratas. No Sul e no Centro-Oeste, as reclamações atingem proporções ainda maiores com respeito a esses dois atributos.

Mais de 40% dos produtores no Sudeste, Sul e Centro-Oeste opinam que as tecnologias aumentam a produção, mas as proporções são bem menores no Nordeste e, principalmente, no Norte. Nas diversas regiões, mais de 60% dos produtores opinam que as tecnologias diminuem os custos, mas ficam abaixo de 45% os que pensam que elas aumentam os lucros.

### *Fundo de pesquisa*

A idéia de um fundo para a pesquisa, financiado e gerenciado pelos próprios produtores, encontra grande quantidade dos entrevistados sem uma posição firmada e, em conseqüência, respondendo que “não sabe”.

Pouco mais de um terço dos que responderam está de acordo com a idéia, mas a maioria ainda não concorda. As diferenças regionais revelam uma situação de maior dúvida no Norte e no Nordeste (com cerca de 22% de respostas “não sabe”) e de maior oposição no Sudeste e Sul (cerca de 52% de respostas “não”).

Contudo, esses resultados são instáveis, pois poderiam ser revertidos apenas com o convencimento dos que atualmente expressam dúvida. Esses primeiros resultados parecem indicar que a concordância se forma a partir de razões heterogêneas, pois não poderia ser explicada apenas pela satisfação com o trabalho da Embrapa, nem apenas pela deficiência de tecnologias ou pela necessidade de pesquisas específicas para as condições regionais.

## *Futuro do negócio agrícola*

Uma nota de otimismo se filtra pelos planos quanto ao futuro das atividades agropecuárias. A grande maioria dos produtores (92%) pretende manter o negócio (sobretudo no Sul e no Sudeste) ou aumentá-lo (sobretudo no Norte e no Nordeste). Os pouco entusiasmados variam entre 9% e 5% e se localizam, em ordem decrescente, entre os produtores do Sudeste, do Centro-Oeste, do Sul, do Nordeste e, na menor proporção, do Norte.

## *Considerações finais*

*Os números obtidos e as características que revelam dizem muito da agropecuária brasileira. A principal mensagem a ser enfatizada aqui se refere à sua enorme heterogeneidade inter-regional e, provavelmente, também intra-regional.*

Esses resultados valorizam muito os dados coletados, porque vão permitir um tipo de análise até recentemente pouco praticada com referência ao Brasil como um todo, que é o estudo condicional de variáveis com base em informações individualizadas por unidade de coleta de dados<sup>3</sup>.

Tal tipo de dados (chamado, às vezes, de microdados) permite transcender a análise apenas descritiva (agregada) que predominou aqui e enveredar pela identificação e estudo aprofundado de características estruturais e de relações múltiplas e complexas.

Segundo os comentários apresentados, foram registradas muitas instâncias de necessidade de aprofundamento da análise, ou mesmo, eventualmente, de mais pesquisa empírica.

A seguir, se oferece uma lista sucinta dessas sugestões, como forma de incentivar uma agenda de pesquisas baseadas no grande acervo de informações já existentes. Propositadamente, elas se reduzem aos assuntos que afloram nas imediações daqueles tratados aqui, mas outros caminhos são quase infinitos em número, direções e, presumivelmente, em utilidade social.

<sup>3</sup> A recente exceção se encontra na série de análises do Projeto Rurbano, editadas por Campanhola e Graziano da Silva (2000 a, b, c, d) usando dados das PNAD da última década.

- Conseqüências econômicas, sociológicas e políticas da posse ou domínio de múltiplos estabelecimentos pelo mesmo produtor agropecuário.
- Gênero, educação formal e práticas tecnológicas.
- Índice de inserção no mundo capitalista para pesquisa sobre rurbanização e comportamentos gerenciais no meio rural.
- Grau de inserção no mundo capitalista, e decisões sobre produção agropecuária e qualidade de vida.
- Associativismo: algumas causas e conseqüências entre produtores agropecuários brasileiros.
- Alternativas de acesso à informação sobre tecnologias da Embrapa em contextos socioeconômicos variados.
- Reconhecimento da autoria de tecnologias agropecuárias entre os usuários: um problema insolúvel?
- Diferenças de prioridades de pesquisa agropecuária por produtos e condições de produção.
- Especificidades regionais da agropecuária, interesses sociais e o sistema de financiamento e gerenciamento da pesquisa agropecuária prioritária.
- Diferenças socioeconômicas no apoio expresso pelos produtores agropecuários ao fundo de pesquisa agropecuária.
- O contexto do otimismo: quem pretende mudar de negócio (ou não) entre os produtores rurais?

**Nota:** partes deste trabalho foram utilizadas em artigos apresentados às seguintes reuniões científicas:

1) XL Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2002; 2) XXII Simpósio de Gestão de Inovação Tecnológica, 2002.

## Referências

- AZEVEDO, F. de. **A cultura brasileira**. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1963.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro: uma análise nacional e regional**. Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2000a. v. 1, 185 p.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro: uma análise estadual - Nordeste**. Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2000b. v. 2, 156 p.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro: uma análise estadual - Sul, Sudeste e Centro-Oeste**. Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2000c. v. 3, 218 p.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro: políticas públicas**. Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2000d. v. 4, 178 p.
- CÂNDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**. São Paulo: Duas Cidades, 1964.
- CARDOSO, F. H.; FALLETO, E. **Dependência e desenvolvimento na América Latina**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.
- FAO. **Towards sustainable food security. Women and sustainable food security**. Disponível em: <<http://www.fao.org/sd/FSdirect/FBdirect/FSP001.htm>> . Acesso em: 8 out. 2002.
- FREYRE, G. **Rurbanização, o que é?** Recife: Massangana, 1982.
- FURTADO, C. **Desenvolvimento e subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- GRAZIANO DA SILVA, J. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: Unicamp-IE, 1996.
- IANNI, O. A classe operária vai ao campo. **Caderno CEBRAP**, n. 24, 1976.



IBGE (Rio de Janeiro, RJ). **Censo Agropecuário 1995-1996: Brasil**. Rio de Janeiro, 1998.

LAMBERT, J. **Os dois Brasis**. Rio de Janeiro: CBPE, 1950.

PACHECO, M. E. L. **Em defesa da agricultura familiar sustentável com igualdade de gênero**. Disponível em: <<http://www.redemulher.org.br/generoweb/memilia.htm>> . Acesso em: 9 out. 2002.

SMITH, T. L.; MARCHANT, A. (Ed.). **Brazil: portrait of half a continent**. New York: Dryden Press, 1951.

WAGLEY, C. **An introduction to Brazil**. New York: Columbia University Press, 1963.



---

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Secretaria de Administração Estratégica*

Ministério da Agricultura,  
Pecuária e Abastecimento

CGPE 3589