

PERFIL DOS USUÁRIOS DE GRUPOS DE WHATSAPP DO SISTEMA AGROINDUSTRIAL DOS CAFÉS DO BRASIL¹

Sérgio Parreiras Pereira²; Cibele Maria Garcia de Aguiar Pereira⁴; Danielle Pereira Baliza⁵; Leonardo Assad Aoun³; Luiza Maria Capanema⁶

¹ Trabalho financiado pelo Consórcio Pesquisa Café

² Pesquisador DSc, Instituto Agronômico – IAC; Campinas – SP; sergiopereira@iac.sp.gov.br

³ Jornalista MS, Universidade Federal de Lavras – UFLA; Lavras – MG; cibeleguiar2@gmail.com

⁴ Professora DSc, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais; Bom Sucesso – MG; danibaliza@yahoo.com.br

⁵ Bolsista Consorcio Pesquisa Café; BS; leonardo.assad90@gmail.com

⁶ Pesquisadora DSc, Instituto Agronômico – IAC; Campinas – SP; luizamcb@gmail.com

RESUMO: Com o advento da Internet, o sistema agroindustrial do café no Brasil encontrou novas formas de se comunicar. Recentemente, o uso de *smartphones* permitiu a mobilidade do acesso à rede, trazendo avanços significativos na vida diária. Aplicativos de comunicação como o WhatsApp são facilitadores e possibilitam a formação de grupos que abordam questões de interesse agregando a transmissão de notícias e informações técnicas. Este trabalho tem como objetivo traçar o perfil dos usuários do WhatsApp que fazem parte de grupos ligados ao setor cafeeiro. Foi elaborado um questionário contendo perguntas objetivas, com o público-alvo participando de cerca de 100 grupos, totalizando 842 respondentes. O estudo analisou a frequência e a porcentagem de respostas e concluiu que a maioria dos usuários é do sexo masculino, possui alta formação acadêmica e está na faixa etária economicamente ativa. Utilizam a internet como principal fonte de informações técnicas e notícias relacionadas ao setor cafeeiro, revelando amplo e eclético interesse, com destaque para notícias sobre cotações de mercado. A participação em grupos e a interação entre os atores trazem benefícios à atividade profissional, ajudando-os a se manter atualizados e a tomar decisões.

PALAVRAS-CHAVE: Whatsapp, Comunicação, Difusão de tecnologias, Perfil de usuário.

USERS PROFILE OF WHATSAPP GROUPS INVOLVED WITH THE BRAZILIAN COFFEE AGROINDUSTRIAL SYSTEM

ABSTRACT: With the advent of the Internet, the coffee agroindustrial system in Brazil has found new ways to communicate. Recently the use of smartphones has allowed the mobility of network access bringing significant advances in daily life. Communication applications such as WhatsApp are facilitators and enable the formation of groups that address issues of interest by aggregating the transmission of news and technical information. This paper aims to profile the users of WhatsApp who are part of groups linked to the coffee sector. A questionnaire containing objective questions was prepared, with the target audience being members of around 100 groups, reaching a total of 842 respondents. The study analyzed frequency and percentage of responses and conclude that most users are male, have a high academic background and are in the economically active age group. They use the internet as the main source of technical information and news related to the coffee sector, revealing broad and eclectic interest, with emphasis on market news and quotations. The participation in groups and interaction between actors bring benefits to the professional activity, helping them to keep up to date and in decisions making.

KEY WORDS: Whatsapp, Communication, Technology diffusion, User profile.

INTRODUÇÃO

O sistema agroindustrial dos Cafés do Brasil vivencia nos últimos anos um cenário de transformações intensas e velozes nas relações sociais, culturais, comunicacionais e educativas. Esse contexto tornou-se possível graças ao desenvolvimento tecnológico, em especial às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que modificaram radicalmente a maneira como nos comunicamos, produzimos e construímos conhecimentos.

A evolução em que vem passando os Cafés do Brasil não depende apenas do desempenho individual dos agentes inseridos nos diversos segmentos que compõe o sistema agroindustrial, e também não se limita à incorporação de novas tecnologias. A comunicação entre esses agentes para que notícias e informações técnicas sejam divulgadas e disseminadas nos diferentes setores se faz necessária, e vem ocorrendo de forma dialógica e distribuída, como nunca antes havia sido experimentado.

O Brasil, já em 2018, superou a marca de um smartphone por habitante contando com mais de 220 milhões de celulares inteligentes ativos, e esses tem sido apontados como o principal meio utilizado para acesso à internet, o que é um indicativo de que as tecnologias móveis estão inseridas no cotidiano do brasileiro, sendo utilizadas com diferentes finalidades. Segundo dados recentemente apresentados, o uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada, e cerca de 126,9 milhões de pessoas usaram a rede regularmente em 2018. Metade da população rural e das classes D e E agora têm acesso à internet. (Lavado, 2019). Através de políticas públicas e iniciativas privadas, vem

também se ampliando a conectividade na zona rural, podendo-se notar novas possibilidades para o uso da mobilidade nesse contexto.

Os aplicativos de comunicação como o WhatsApp são facilitadores de comunicação. O WhatsApp permite que seus usuários troquem mensagens, compartilhem fotos e vídeos e documentos de maneira instantânea, além de possibilitar a realização de chamadas de voz ou de vídeo necessitando apenas de um aparelho celular e uma conexão à internet. A possibilidade de formação de grupos que abordam assuntos de interesses dos membros é outro recurso disponível no aplicativo, que também agrega a transmissão de notícias e informações técnicas. O setor cafeeiro vem acompanhando toda esta revolução da comunicação e adotando estas novas ferramentas no cotidiano dos diferentes segmentos.

O presente trabalho tem como objetivo traçar o perfil dos usuários de WhatsApp inseridos em grupos ligados ao sistema agroindustrial do café, assim como caracterizar a forma de acesso destes usuários e avaliar se as notícias e informações que são vinculadas nos grupos são benéficas e impactantes no cotidiano de quem as recebe.

MATERIAL E MÉTODOS

Elaborou-se um questionário estruturado (survey), contendo 25 questões objetivas, que foi disponibilizado na Plataforma *Google Drive*, e, para cada questão, o entrevistado poderia escolher apenas uma das alternativas. O público alvo do estudo foram integrantes de cerca de 100 grupos do aplicativo WhatsApp ligados ao setor cafeeiro. A opção pelo estudo junto a esses grupos foi em função da participação dos autores nos mesmos, e trata-se de uma amostra por conveniência, ou seja, os respondentes foram selecionados por estarem disponíveis, e não por meio de um critério estatístico, o que é comumente empregado quando não se conhece o universo da população. O link contendo o questionário foi disponibilizado quatro vezes, no período de 27 de junho e 7 de julho de 2019, atingindo um total de 842 respondentes. Os dados foram transcritos para o software *IBM SPSS*, utilizado em estatísticas de Ciências Sociais, onde se analisou a frequência e o percentual de respostas. Dentre as 25 variáveis abordadas, foram selecionadas 15 que serão apresentadas no presente estudo, sendo as demais apresentadas em futura publicação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Tabela 1 apresenta a distribuição por gêneros dos entrevistados, onde se registrou o percentual de 85,7% de homens e 14,5% de mulheres. O fenômeno observado provavelmente ocorreu em função do público alvo deste trabalho estar ligado ao setor cafeeiro que, ainda nos dias de hoje, é predominantemente masculino, embora inúmeras iniciativas ligadas ao protagonismo feminino venham sendo desenvolvidas.

Tabela 1 Gênero

	Frequência	Porcentagem (%)
Masculino	722	85,7
Feminino	120	14,3
Total	842	100,0

Conforme os dados presentes na Tabela 2, com relação à distribuição dos entrevistados em faixa etária, nota-se que até 25 anos somam 7,2% dos entrevistados, entre 26 e 35 anos 24,5%, entre 36 e 50 anos 36,1%, entre 51 e 60 anos correspondeu a 20,2% e acima de 60 anos 12% dos entrevistados. Destaca-se que a faixa etária onde os respondentes encontram-se economicamente ativos, ou seja, entre 26 e 60 anos correspondeu a mais de 80% dos usuários de grupos de WhatsApp.

Tabela 2 – Qual sua idade?

	Frequência	Porcentagem (%)
Até 25 anos	61	7,2
Entre 26 e 35 anos	206	24,5
Entre 36 e 50 anos	304	36,1
Entre 51 e 60 anos	170	20,2
Acima de 60	101	12
Total	842	100,0

Segundo a Tabela 3, que trata da escolaridade dos entrevistados, os que alegaram ter ensino fundamental incompleto somaram 2,3% dos entrevistados, fundamental completo 3%, médio incompleto 2,7%, médio completo 17,8%, superior

incompleto 9,9%, superior completo 35,1% pós-graduado 29,2% dos entrevistados. O destaque dessa variável é para o alto grau de instrução formal dos entrevistados, onde 64,3% possuem formação em nível superior.

Tabela 3 – Qual seu grau de escolaridade?

	Frequência	Porcentagem (%)
Fundamenta incompleto	19	2,3
Fundamental completo	25	3
Médio incompleto	23	2,7
Médio completo	150	17,8
Superior incompleto	83	9,9
Superior completo	296	35,1
Pós-graduado	246	29,2
Total	842	100,0

Com base nas informações da Tabela 4, onde os entrevistados foram perguntados sobre o local de moradia, o resultado foi de que 60,1% residem na zona urbana, 25,4% na zona rural e 14,4% em ambas as localidades. Os resultados revelam que cerca de quase 40% dos entrevistados tem grande ligação com meio rural, inclusive residindo no mesmo. Esse resultado contrapõe-se aos dados do Censo 2010, que apontam que 84,4% da população brasileira mora na cidade, e apenas 13,6% na zona rural.

Tabela 4 – Reside em?

	Frequência	Porcentagem (%)
Zona Urbana	506	60,1
Zona Rural	215	25,5
Ambos	121	14,4
Total	842	100,0

Quanto à concentração dos entrevistados de acordo com a região produtora de atuação, o predomínio dos mineiros é notória com 57%, distribuídos nas diferentes regiões produtoras, sendo 33,3% na região Sul de Minas, 8,8% nas Matas de Minas, 7,8% pertencente ao Cerrado Mineiro e 7,1% da Chapada de Minas. O Estado do Espírito Santo, onde se produz ambas as espécies de café (arábica e robusta), foi apontado como região de origem de 10,3% dos respondentes. O Estado de São Paulo obteve 11,8% da população entrevistada, sendo 6,9% da região da Mogiana e 4,9% para outras regiões do Estado. Na sequência, apresentaram-se os estados da Bahia com 5,9%, Rondônia com 3,7% e Paraná com 2,1%. Aqueles que alegaram pertencer a outra região correspondem a 6,3% e os que estão fora de regiões produtoras 2,9%, de acordo com a Tabela 5.

Tabela 5 – Atua em qual região produtora de café?

	Frequência	Porcentagem (%)
Cerrado Mineiro	66	7,8
Sul de Minas	280	33,3
Matas de Minas	74	8,8
Chapadas de Minas	60	7,1
Mogiana	58	6,9
Outras Regiões de São Paulo	41	4,9
Paraná	18	2,1
Espirito Santo	87	10,3
Rondônia	31	3,7
Bahia	50	5,9

Fora de Região Produtora	24	2,9
Outra Região	53	6,3
Total	842	100,0

A espécie de café com maior atuação por parte dos entrevistados é o *Coffea arabica*, acumulando 81,3% dos entrevistados, o *Coffea canephora* 11,2% dos entrevistados e aqueles atuam em ambas espécies são 7,5% dos entrevistados, com visto na Tabela 6. Vale destacar que a produção do *Coffea canephora* ocorre predominantemente nos Estados de Espírito Santo e Rondônia, e que provavelmente os respondentes que declararam trabalhar com ambas as espécies não devem trabalhar diretamente no setor produtivo, mas sim, ao longo da cadeia. (Tabela 6)

Tabela 6 – Em qual espécie de café tem maior atuação?

	Frequência	Porcentagem (%)
<i>Coffea arábica</i>	685	81,3
<i>Coffea canéfora</i>	94	11,2
Ambas espécies	63	7,5
Total	842	100,0

A Tabela 7 apresenta a distribuição dos entrevistados com relação ao segmento de atuação dentro do sistema agroindustrial do café, demonstrando que a produção é o segmento de maior atuação, concentrando 54,4% dos entrevistados, 20,2% atua na assistência técnica ou consultoria, sendo a segunda área que mais concentrou indivíduos. A soma dos dois percentuais equivale a 74,6% da amostra, permitindo a inferência que os usuários de grupos de whatsapp no setor cafeeiro estão concentrados no setor produtivo. Na sequência se apresenta o setor de comercialização com 8,8%, pesquisa 4,9%, indústria de torrado e moído 4,4%, exportação 2,4%, indústria do solúvel 0,5%. Aqueles que responderam apenas consumo representam 1,1% do público estudado e os que atuam em outros segmentos são 3,3% da população total.

Tabela 7 - Em qual segmento do sistema agroindustrial do café tem sua maior atuação?

	Frequência	Porcentagem (%)
Produção	458	54,4
Assistência técnica ou consultoria	170	20,2
Pesquisa	41	4,9
Indústria de torrado e moído	37	4,4
Indústria de solúvel	4	0,5
Exportação	20	2,4
Comercialização	74	8,8
Consumo	9	1,1
Outro segmento	29	3,3
Total	842	100,0

Presente na Tabela 8 está a distribuição dos percentuais da frequência em que os entrevistados buscam por notícias do setor cafeeiro. Aqueles que nunca buscam somam 0,2%, buscam raramente são 0,7% e ocasionalmente são 6,2% do público avaliado. A grande parcela, que corresponde àqueles que frequentemente buscam por informações e notícias da cadeia cafeeira correspondem a 92,9% do público entrevistado. Essa variável demonstra o quanto a busca por informações técnicas e notícias ligadas ao setor cafeeiro tornou-se parte do cotidiano de todo o sistema agroindustrial do café.

Tabela 8 – Você busca por informações/notícias do setor cafeeiro?

	Frequência	Porcentagem (%)
Nunca	2	0,2

Raramente	6	0,7
Ocasionalmente	52	6,2
Frequentemente	782	92,9
Total	842	100,0

A Tabela 8 apresenta informações de duas variáveis, sendo uma busca por informações/notícias e a segunda a busca por informações técnicas. De acordo com os resultados da pesquisa, a fonte mais utilizada para receber notícias cafeeiras é a internet através do celular com 68,2% de representação, seguido da internet através do computador ou notebook com 24,1% das respostas. Destaque para a somatória das duas fontes que atingem 92,3% dos entrevistados, demonstrando que definitivamente a Internet é o grande canal de notícias do setor cafeeiro. Os demais canais de notícias com menor representatividade são: livros e artigos impressos 2,3%, televisão 1,7%, jornais e revistas impressos 1,2% e outras fontes com 2,5%.

Em relação à informações técnicas, também a internet utilizando o celular se apresenta como a fonte mais utilizada com 54,8%, seguido pela internet via computador com 29,8%. A somatória das duas formas chega a 84,6% dos entrevistados. Em seguida aparecem os livros e artigos impressos que representam 7,7%, outras fontes com 5,8% e jornais e revistas impressos com 1,4%.

Tabela 9 – Qual sua principal fonte de notícias e informações técnicas sobre café?

	Notícias		Informações técnicas	
	Frequência	Porcentagem (%)	Frequência	Porcentagem (%)
Televisão	14	1,7	4	0,5
Livros e artigos impressos	19	2,3	65	7,7
Internet utilizando computador ou notebook	203	24,1	251	29,8
Internet através do celular	574	68,2	461	54,8
Jornais e revistas impressos	10	1,2	12	1,4
Outra fonte	22	2,5	49	5,8
Total	842	100,0	842	100,0

Os assuntos de maior interesse dos entrevistados são apresentados na Tabela 10. Quase a metade dos respondentes (47,4%) declarou interesse por todos os temas relacionados ao café, o que demonstra que o setor possui interesse global, extrapolando os limites dos assuntos em que os respondentes trabalham. Informações sobre mercado & cotações, com 23,2%, registrou maior demonstração de interesse, seguido por cafés especiais com 12,6%. Ainda foram elencados técnicas de manejo/condução com 11,6%, boas práticas agrícolas 3,3%, curiosidades 0,8%, política agrícola 0,5%, e outros assuntos são 0,6% do total.

Tabela 10 – Assuntos de maior interesse via WhatsApp?

	Frequência	Porcentagem (%)
Mercado & Cotações	195	23,2
Técnicas de manejo/condução	98	11,6
Boas práticas agrícolas	28	3,3
Cafés especiais	106	12,6
Política agrícola	4	0,5
Curiosidades	7	0,8
Todas	399	47,4
Outro assunto	5	0,6
Total	842	100,0

A Tabela 11 apresenta resultados de dois questionamentos, sendo que o primeiro é se o usuário costuma compartilhar notícias/informações de café via WhatsApp. Metade dos respondentes (50,8%) afirmou fazê-lo ocasionalmente e 31,5% declararam compartilhar sempre. A soma das respostas equivale a 82,3% dos entrevistados, permitindo a inferência que grande parte dos usuários participa de forma ativa dentro dos grupos, atuando como centro emissor de informações. Aqueles que compartilham raramente (16,6%) e nunca (1,1%) ainda atuam como participante passivo de dentro dos grupos.

Quando questionados se procuram ajudar a esclarecer dúvidas de outros usuários dentro dos grupos, a maior parte dos participantes (70,3%) afirmou fazê-lo, sendo ocasionalmente com 45,7% e sempre com 24,6%, podendo ser um indicador do altruísmo do setor cafeeiro. Os usuários que declararam ajudar no esclarecimento de dúvidas raramente ou nunca somam 29,7%.

Tabela 11 – Compartilha notícias/informações de café via WhatsApp? Procura ajudar a esclarecer dúvidas de outros usuários do WhatsApp?

	Compartilha informações/notícias?		Ajuda esclarecer duvidas?	
	Frequência	Porcentagem (%)	Frequência	Porcentagem (%)
Nunca	9	1,1	38	4,5
Raramente	140	16,6	212	25,2
Ocasionalmente	428	50,8	385	45,7
Sempre	265	31,5	207	24,6
Total	842	100,0	842	100,0

A Tabela 12 apresenta os resultados dos impactos das notícias/informações no cotidiano e nas tomadas de decisões dos participantes de grupos de Whatsapp. Segundo os respondentes, não causam impacto e não tem influência na tomada de decisões somam 3% do total, tem pouco impacto e pouca influência foi a opção para 53,2% e é muito impactante com alta influência para 43,8% da população deste levantamento. Os resultados permitem a inferência que para 97% dos entrevistados, em maior ou menor magnitude, as notícias/informações que os usuários compartilham apresentam impacto positivo no seu cotidiano e em suas tomadas de decisões.

Tabela 12 – As notícias/informações que recebe tem impacto no seu cotidiano e em suas tomadas de decisões?

	Frequência	Porcentagem (%)
Não causam impacto	25	3
Pouco	448	53,2
Muito	369	43,8
Total	842	100,0

CONCLUSÕES

A internet e o aplicativo WhatsApp fazem parte do cotidiano dos agentes que compõem o Sistema Agroindustrial dos Cafés. Um número crescente de grupos no WhatsApp com a temática cafeeira permite uma melhor comunicação e troca de informações entre os setores. A maioria dos usuários é do gênero masculino, possui elevada formação acadêmica e se encontra na faixa de idade economicamente ativa. Utilizam-se da internet como principal fonte de informações técnicas e notícias ligadas ao setor cafeeiro, revelando interesse amplo e eclético, com destaque para notícias sobre mercado e cotações. A participação nos grupos e a interação entre os atores trazem benefícios para a atividade profissional, contribuindo para manterem atualizados e na tomada de decisões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Lavado, Thiago. Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada. 2019; Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml> Acesso em 04. Set de 2019.