

Mediações na Recepção de TV: o “Campo e Lavoura” em Rio Fortuna - SC

JIANI ADRIANA BONIN*
(*Universidade de São Paulo*)

Resumo

Este texto apresenta os resultados de uma pesquisa sobre o processo de recepção de um programa rural por um grupo de pequenos produtores, identificando as significações atribuídas às mensagens e as mediações implicadas no processo de produção de sentido, contextualizadas no cotidiano e na cultura do grupo.

Palavras-chave: recepção de TV, comunicação rural, mediações.

Resumen

Este texto presenta los resultados de una pesquisa sobre el proceso de recepción de un programa rural por un grupo de pequeños productores, las significaciones conferidas para las mensajes y las mediaciones participantes del proceso de producción de sentido, contextualizadas en lo cotidiano y en la cultura del grupo.

Palabras-clave: recepción de TV, comunicación rural, mediaciones.

Abstract

This text presents the results of a investigation about the reception process of a rural program for a little farmers group, the means attributed to the messages and the mediations, in the everyday life and in the group culture, implicated in the meaning production process.

Keywords: TV reception, rural communication, mediations.

* Finalista do PRÊMIO INTERCOM 96 – categoria Mestrado, modalidade Rádio e TV, a autora é graduada em Agronomia pela Universidade Federal de Santa Catarina, Mestre em Extensão Rural pela Universidade Federal de Viçosa e Doutoranda do Curso de Ciências – Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP.

Descrição da Pesquisa

Na década de 80, algumas empresas estaduais do serviço de Extensão Rural, como a de Santa Catarina, passaram a utilizar o meio televisivo no seu trabalho, produzindo programas para serem veiculados em emissoras comerciais (Holz, 1988; Silva, 1986). Neste período, também surgiram programas rurais produzidos por emissoras comerciais, no contexto de um fenômeno que alguns autores chamaram de ruralização da TV brasileira (Braga, 1986; Seixas, 1990). Esta pesquisa procurou refletir sobre a relação dos programas rurais de TV com seus telespectadores.

Historicamente, a maioria das pesquisas na área de Comunicação Rural relacionadas à recepção dos meios de comunicação de massa foram fundamentadas no referencial difusionista, que concebe o receptor como objeto de persuasão ou de influência das mensagens. Esta pesquisa procurou alimentar-se da reflexão sobre a recepção empreendida por uma perspectiva que se gesta na América Latina e no Brasil a partir década de 80, no campo da Comunicação. Nesta, a recepção passa a ser compreendida dentro da problemática da cultura, dos processos de constituição social do sentido. O eixo da reflexão desloca-se dos meios para as mediações.

O objetivo geral da pesquisa foi investigar o processo de recepção de um programa rural, o "Campo e Lavoura", por uma categoria específica, os pequenos produtores, evidenciando mediações implicadas no mesmo.

Na fundamentação teórica da pesquisa, a categoria escolhida para o estudo foi situada numa perspectiva sociológica, com base nos trabalhos de Graziano da Silva (1981) e Wanderley (1985), que concebem o pequeno produtor como subordinado ao capital. A recepção foi fundamentada na perspectiva teórica das mediações. Os principais conceitos trabalhados foram o de mediações, proposto por Martín-Barbero (1989), operacionalizado na pesquisa com base no modelo teórico-metodológico desenvolvido por Orozco (1991), de hegemonia na concepção de Gramsci, desenvolvida por Gruppi (1978), de cultura e de cultura popular na proposição de Canclini (1989).

Estratégias Metodológicas

O programa rural escolhido para o estudo foi o "Campo e Lavoura", produzido pela EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agrícola de Santa Catarina), em parceria com a RBS (Rede Brasil Sul), emissora integrante do Sistema Globo de Televisão. O programa é veiculado na RBS de Santa Catarina, aos domingos, às 6 horas e 45 minutos e tem duração média de 35 minutos.

O estudo da recepção do programa foi realizado na comunidade de Rio Fortuna, pertencente ao município de Angelina, Santa Catarina. Participaram da pesquisa todos os pequenos produtores pais de família da comunidade que assistiam o programa no período delimitado para a pesquisa (janeiro de 1993 a julho de 1994) e se dispuseram a fornecer informações.

A partir da aplicação destes critérios, foram selecionados 14 pequenos produtores.

Os dados relacionados ao processo de produção do programa foram obtidos através das seguintes técnicas: a) entrevista com os editores do programa, da EPAGRI e da RBS; b) observação etnográfica do processo de produção do programa na EPAGRI, durante um mês. Foram utilizados também dados primários: programas de trabalho da EPAGRI, publicações internas do setor de vídeo da EPAGRI e normas editoriais da RBS, que constituíram um *corpus* da pesquisa. Os dados foram coletados nos meses de novembro de 1993, janeiro e julho de 1994.

Para a obtenção dos dados relacionados ao texto do programa, foram utilizados todos os roteiros disponíveis em arquivo na EPAGRI do período delimitado para a pesquisa (janeiro de 1993 a julho de 1994). Foram 51 roteiros do ano de 1993 e 20 roteiros do ano de 1994 correspondendo, respectivamente, a 98,0% e 65,5% do total de programas veiculados nestes períodos.

Os dados da recepção do programa foram coletados através das seguintes técnicas: a) formulário, composto de perguntas abertas e fechadas, relacionadas ao perfil sócio-econômico dos pequenos produtores e à audiência ao programa; b) entrevistas estruturadas, uma para a coleta de dados relativos à recepção do programa, percepção de suas mensagens e mediações e outra para o levantamento de aspectos da cultura dos pequenos produtores e c) observação etnográfica. Para o levantamento de aspectos da cultura dos pequenos produtores, foram utilizados como informantes 6 dos 14 participantes da pesquisa de recepção. A definição do número de informantes foi realizada no campo, no momento em que as informações começaram a repetir-se, indicando a contemplação da variabilidade em relação aos aspectos da cultura pesquisados.

A partir das entrevistas sobre a recepção do programa, foram definidas as mediações institucionais relevantes no processo de recepção. Foram utilizadas as seguintes estratégias para o levantamento dos dados:

- EPAGRI, Agroindústrias fumageiras Souza Cruz, Dibrell e Universal: a) entrevista com os técnicos de campo das empresas; b) levantamento de publicações internas, documentos, relatórios de atividades das empresas e de jornais para os agricultores das agroindústrias Souza Cruz e Dibrell do período delimitado para a pesquisa (a Universal não edita jornal); c) observação de eventos ocorridos na comunidade durante o período de coleta de dados.

- Agroindústria de Leite Papemborg: Os dados foram levantados através de observação de uma reunião entre técnicos da agroindústria e pequenos produtores, realizada na comunidade durante a coleta de dados.

- Igrejas Católica e Evangélica Luterana: a) entrevista com o pároco responsável pela paróquia de Angelina, que realiza as missas mensais na comunidade, no caso da Igreja católica (a igreja evangélica estava temporariamente sem pastor no período da pesquisa); b) entrevista com um casal membro da comissão organizadora das igrejas.

A coleta dos dados relativos à recepção, cultura e mediações foi realizada no período de abril a julho de 1994.

O tratamento dos dados envolveu os métodos de análise de conteúdo, mais especificamente uma análise temática, adaptada a partir do trabalho de BARDIN (1977) e o método etnográfico, no tratamento dos dados de observação.

Análise dos Resultados e Conclusões

No processo de recepção do "Campo e Lavoura" pelos pequenos produtores, uma das mediações implicadas é a que Orozco denomina de videotecnológica, relacionada ao âmbito institucional, ou seja, aos condicionamentos que as instituições produtoras imprimem ao programa, aos recursos técnicos do meio e sua forma de utilização, que condicionam as mensagens. Os condicionamentos institucionais do programa perpassam os objetivos imprimidos pelas instituições às produções, os critérios que orientam a seleção e o tratamento dos temas, a utilização dos recursos de linguagem do meio televisivo e os temas veiculados no período pesquisado.

As produções dos meios de comunicação de massa na EPAGRI, consoantes com o papel desta instituição na estrutura social, visam difundir tecnologias para o meio rural e modernizar a agricultura. Os meios de comunicação de massa devem dar suporte aos projetos finalísticos da empresa, motivando os agricultores a adotar as tecnologias propostas. A estratégia comunicativa da EPAGRI funda-se numa combinação entre comunicação massiva e interpessoal, esta última a cargo dos técnicos de campo (EPAGRI, 1993; EPAGRI, 1994). A RBS também compactua com os objetivos de difusão tecnológica visando a modernização da agricultura, ao vincular à produção do programa o objetivo de instrução do público rural. Neste sentido, também desempenha o papel de Aparelho de Estado.

Nos objetivos delineados internamente ao setor de vídeo da EPAGRI para as produções televisivas aparece a idéia de abertura de espaços para a participação da família rural (Holz e Breda, 1988). A RBS também prescreve a abertura do veículo à comunidade nas normas editoriais (RBS, 1992). Estes objetivos sinalizam uma possibilidade de espaço para a incorporação de demandas do público no Campo e Lavoura, ou seja, para a inclusão de elementos do universo popular ao massivo, no caso do programa, ainda que ressemantizados.

As instituições produtoras também imprimem ao programa finalidades de construção e manutenção da sua imagem institucional. No caso da EPAGRI, a imagem é fundamentada nas noções de eficiência da empresa, identificação com o agricultor, valorização do mesmo e tratamento dos assuntos no programa sem distorções (Holz e Breda, 1988). No caso da RBS, a construção da sua imagem e credibilidade, definida através das normas editoriais, é pautada nas noções de neutralidade da emissora em relação ao que veicula, ética na relação com os informantes, abertura à comunidade e justiça. A emissora investe também na imagem dos profissionais da casa (RBS, 1992).

A RBS imprime ainda ao programa objetivos relacionados ao seu valor de troca no mercado. Neste sentido, busca padronizar o programa de forma a alcançar um público amplo, rural e urbano.

Os objetivos das instituições produtoras articulam-se aos critérios que orientam a escolha e o tratamento dos assuntos veiculados no programa. Segundo o editor da EPAGRI, os critérios utilizados na escolha dos assuntos são a consideração da época adequada para veicular determinado tema, o balanceamento dos assuntos em conformidade com os programas prioritários da empresa e as sugestões dos técnicos de campo. Ou seja, os assuntos preferenciais provêm do âmbito institucional, o que garante a amarração do programa aos objetivos da empresa. Na EPAGRI, os critérios para o tratamento dos assuntos direcionam a composição das mensagens de forma condizente com os objetivos de motivação para a adoção: o critério especificidade recomenda o tratamento de partes de um todo e a abordagem dos pontos chaves, a fim de simplificar a mensagem e torná-la mais incisiva; os critérios realidade e dinamismo enfatizam a exploração dos elementos imagem e ação na produção das mensagens (Holz e Breda, 1988).

As determinações institucionais condicionam a utilização dos recursos de linguagem do meio televisivo. Na análise da estrutura típica das reportagens produzidas pela EPAGRI, foram identificadas as seguintes estratégias persuasivas: a cooptação de elementos do universo cultural do receptor (a proposição tecnológica é ambientada, em geral, em propriedades rurais); o investimento na demonstração visual, procurando dotar a proposição tecnológica e seus resultados de realismo, com ênfase nos elementos imagem e ação (o processo de utilização da tecnologia é reconstituído visualmente, incluindo a demonstração visual e argumentativa de seus resultados). Na estrutura típica das reportagens da RBS, também foi constatado o investimento no elemento imagem.

Em relação ao texto do programa, os temas levantados no período de janeiro de 1993 a julho de 1994 nas reportagens, que representam 77,5% do tempo total do programa, evidenciam a sua finalidade de difusão tecnológica: 75,2% do tempo total das reportagens foi dedicado a temas procedentes do setor público, sendo 89,1% destes relacionados aos programas de trabalho e funções executadas pela EPAGRI, voltados à difusão tecnológica.

Embora em tempo reduzido (6,7% do tempo total das reportagens), constatou-se a abertura de espaço para várias instituições e segmentos do setor agrícola, incluindo categorias que ocupam posições diferenciadas na estrutura social. Identificou-se a presença de temas relacionados a contradições estruturais, como problemas na comercialização de produtos e negociações na definição de políticas agrícolas, a movimentos sociais no campo, como o dos sem terra, protestos de agricultores, dentre outros (9,1% do tempo total das reportagens). Em relação ao direcionamento geral do programa, estes temas significam espaços de contradição. Resta questionar o tratamento dispensado aos mesmos, o grau de profundidade na exploração

das contradições, as possíveis diluições da sua conflitividade, que somente uma análise do texto das reportagens poderia revelar.

A análise dos temas das reportagens permitiu identificar também espaços de investimento numa relação de proximidade e identidade do programa com o agricultor. Como exemplo, as reportagens dedicadas a homenagear os agricultores em datas especiais mostram, em geral, aspectos do seu dia a dia ou da sua cultura. O programa investe ainda na relação de proximidade e identidade com o agricultor em quadros específicos, como a *Agenda* e o *Resposta à Cartas*, que incorporam demandas do público. A reformulação dos quadros *Preços* e *Comentário dos Preços*, ocorrida no ano anterior ao da pesquisa, significou também a inclusão de demandas de uma parcela do público rural ao programa.

Os dados sobre o processo produtivo e sobre o texto do "Campo e Lavoura" permitem concluir que ocorre a inclusão de elementos do universo do receptor à constituição do programa em vários espaços. Expressa-se, neste produto cultural, o jogo sutil de intercâmbios entre cultura hegemônica e cultura popular, parte do processo de construção da hegemonia.

No âmbito da recepção, a produção de sentidos para as mensagens do "Campo e Lavoura" revelou-se mediada por instituições e grupos com os quais os pequenos produtores mantinham relações no cotidiano. Do âmbito da cultura subalterna, foram identificadas as mediações do grupo familiar e das relações entre os pequenos produtores.

Família e trabalho são relações indissociadas no cotidiano do pequeno produtor. O trabalho, como dimensão vivida, configura demandas e interesses que mediam a percepção da realidade e os sentidos atribuídos pelos pequenos produtores às mensagens do "Campo e Lavoura". O grupo familiar media a recepção do programa ainda na situação de audiência, como um dos elementos que conformam a mediação situacional. A audiência em companhia de outros membros da família foi verificada em 79% das casas dos entrevistados; em 89% destas, ocorria a negociação de assuntos vistos durante a audiência. Para todos os pequenos produtores entrevistados, a família é também um dos cenários onde negociam os sentidos dos conteúdos do programa após a audiência. A análise das narrativas dos pequenos produtores revelou que a mediação do grupo familiar atua no sentido de selecionar e valorizar determinados conteúdos. A maioria das indicações de assuntos discutidos no grupo familiar tem relação com necessidades e interesses advindos das suas práticas agrícolas, o que evidencia a mediação do trabalho entrelaçada à mediação familiar.

Ocorrências da mediação das relações entre os pequenos produtores às mensagens do programa foram narradas por 60% dos entrevistados. As narrativas mostram tanto a configuração de sentidos em conformidade com aqueles imprimidos na produção do programa quanto divergentes, também mediados por outras relações institucionais do cotidiano. Os sentidos em conformidade com o programa têm referência em necessidades sentidas pelos pequenos produtores na condução do trabalho e, ou, configuradas nas relações agroindustriais, com a EPAGRI e, ou, com a Igreja. Os sentidos

divergentes têm referência na vivência concreta dos pequenos produtores dos problemas da sua atividade, na sua experiência cultural e negociação entre os pares.

O grupo familiar e as relações entre os pequenos produtores evidenciaram construir sentidos para o âmbito do trabalho (questões práticas, condições econômicas restritivas, dificuldades de sobrevivência, formas de superação); configurar leituras de reconhecimento da "face visível" da exploração vivenciada e aspirações por melhores condições de trabalho e de vida.

Do âmbito da cultura hegemônica, as relações cotidianas dos pequenos produtores com as agroindústrias fumageiras Souza Cruz, Dibrell e Universal, com a EPAGRI e com a agroindústria de leite Papemborg foram identificadas como cenários significativos de mediação. Embora estas instituições manifestassem especificidades em relação a objetivos, conteúdos e recursos para legitimar suas proposições, constatou-se a existência de conteúdos comuns, do âmbito do Projeto Microbacias, implementado na comunidade no período pela EPAGRI, com a participação das agroindústrias fumageiras. Estas proposições também figuravam como exigências agroindustriais na efetivação do contrato ou como recomendações técnicas a serem adotadas pelos integrados. Tais proposições convergiam no modelo proposto como adequado às propriedades dos pequenos produtores, pautado nos seguintes pressupostos: diversificação de atividades, administração da propriedade e utilização de práticas de manejo e conservação do solo e da água. As proposições do Projeto Microbacias e das agroindústrias fumageiras mostraram pontos de contato também com as proposições da agroindústria leiteira, ao prever esta atividade entre as recomendadas para a diversificação. Isto evidencia uma zona de reforço entre estas instituições e destas ao "Campo e Lavoura", já que tais proposições foram também priorizadas nas suas reportagens, visto que faziam parte de um programa prioritário da EPAGRI.

A mediação da Igreja, principalmente a Católica, foi constatada na pesquisa. Neste caso, verificou-se uma atuação peculiar do padre, no sentido de abrir espaços de contradição dentro das funções de Aparelho de Estado desta instituição. Nesta atuação, através das pregações na igreja, o padre realizava um exercício de desvelamento de determinadas questões estruturais vivenciadas pelos pequenos produtores: investia no reconhecimento da sua exploração no mercado, de aspectos relacionados ao funcionamento da estrutura de classes na sociedade e enfatizava a necessidade de organização dos pequenos produtores enquanto categoria para resolver seus problemas. Isto significa o investimento de sentido em outras dimensões da realidade do pequeno produtor, diferenciadas do recorte técnico característico da atuação da EPAGRI, das agroindústrias e a linha geral de orientação do programa.

As percepções dos pequenos produtores em relação ao "Campo e Lavoura" e suas mensagens revelaram uma mescla entre sedução a determinados recursos videotecnológicos, desconstrução de outros, assunção

de significados, ressemantização a partir do seu repertório cultural, como mostram os dados descritos a seguir.

Por um lado, 72% dos pequenos produtores indicaram que o programa defende o interesse dos agricultores (supõe-se que façam referência aos seus interesses). Alguns justificaram esta percepção em função da intencionalidade do programa em ajudar o agricultor, outros pelo julgamento de que são veiculados conteúdos considerados úteis. Estas percepções não identificam determinações institucionais que condicionam o programa. Num outro dado, 64% dos pequenos produtores afirmaram acreditar em parte nas informações vistas no programa (os demais afirmaram acreditar totalmente). As dúvidas em relação à veracidade das informações emergiram a partir da percepção de contradição entre conteúdos vistos e o repertório de conhecimentos e de valores culturais dos pequenos produtores; da percepção de recursos empregados na construção das mensagens e da percepção de contradições entre o discurso e a ação das instituições produtoras. Estes dados evidenciam a presença, entre os pequenos produtores pesquisados, de percepções que desvelam aspectos da construção da realidade feita no programa e de percepções divergentes daquelas pretendidas na produção, mediadas pela cultura. Ainda em relação à credibilidade do programa, os que afirmavam acreditar em parte nas suas informações também manifestaram, nas suas narrativas, elementos aos quais atribuem credibilidade. Os elementos indicados por estes e por aqueles que afirmaram acreditar totalmente no programa foram: a possibilidade de ver as proposições tecnológicas sendo realizadas na prática e os seus resultados e a noção de que o programa tem a intencionalidade de ajudar o pequeno produtor. Nestes casos, constata-se a ação eficiente da mediação videotecnológica, através do uso dos recursos de linguagem do meio e das estratégias empregadas pelo programa para naturalizar a construção da imagem institucional.

Entre os pequenos produtores, 43% também manifestaram perceber seleção de informações no programa, no sentido de omitir certos assuntos e privilegiar outros (os demais ou manifestaram perceber seleção positiva, no sentido de beneficiar o agricultor ou não manifestaram perceber nenhum tipo de seleção). Nas narrativas, os pequenos produtores identificam a priorização de aspectos positivos das tecnologias mostradas, a seleção de propriedades bem sucedidas, a omissão de informações que não interessavam às instituições produtoras veicular e a abordagem de assuntos tecnicamente conhecidos. Estas percepções manifestam a desconstrução de estratégias e recursos empregados no processo de produção das mensagens pelos pequenos produtores.

Todos os entrevistados já adotaram alguma técnica vista no programa. Entretanto, as narrativas dos pequenos produtores revelam que, destas adoções, 79% foram mediadas pela EPAGRI e pelas agroindústrias, em situações de reforço entre estas instituições no processo de construção dos sentidos para as técnicas adotadas. Isto significa que a maioria das adoções não foram induzidas pelas mensagens do programa, mas foram resultado de uma conjunção de fatores, de mediações.

O consumo do "Campo e Lavoura" pelos pequenos produtores não significa que eles assumem o quadro proposto no programa para a realidade: a pesquisa mostrou que as percepções dos pequenos produtores sobre o que são os problemas e questões relevantes da sua realidade diferenciam-se do recorte técnico investido no direcionamento geral do "Campo e Lavoura": cerca de 80% dos temas identificados nas narrativas remetem a problemas estruturais: preços da produção de insumos e produtos consumidos, financiamentos agrícolas, questões políticas e de saúde. Evidencia-se um espaço de ruptura em relação às proposições do programa, das agroindústrias e da EPAGRI. Também no caso da concepção de vias para a solução dos seus problemas, para todos os pequenos produtores o equacionamento dá-se no terreno estrutural e não a partir de soluções de ordem técnica. Nas narrativas, as soluções apontadas vislumbram a ação do governo e a organização dos agricultores. Neste caso, outros cenários da cultura jogam um papel mais contundente na construção das percepções da realidade: a família, as relações dos pequenos produtores entre si e com a Igreja.

O consumo do "Campo e Lavoura" pelos pequenos produtores também não significa que a atuação e os conteúdos do programa sejam consensualmente aceitos como adequados: 64% dos entrevistados manifestou que mudaria alguma coisa no programa se tivesse poder de decisão sobre o mesmo. As mudanças indicadas nas narrativas significam a concepção de um papel diferenciado para o programa, cujo aspecto fundamental seria a sua inserção na realidade do pequeno produtor: a abordagem dos problemas vivenciados e a contemplação das necessidades sentidas.

Referências bibliográficas

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 1977. 225 p.
- BRAGA, Geraldô Magela. Indústria Cultural e comunicação rural: análise do espaço rural na TV brasileira. *INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo, n. 55, p. 71-86, jul./dez., 1986.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983. 149 p.
- EPAGRI. *Plano anual de trabalho EPAGRI: orçamento programa - 93*. Florianópolis, 1993. 223 p. (mimeo)
- EPAGRI. *Plano anual de trabalho EPAGRI: orçamento programa - 94*. Florianópolis, 1994. 230 p. (mimeo)
- GRAZIANO DA SILVA, José. *A modernização dolorosa: estrutura agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981. 191 p.
- GRUPPI, Luciano. *O conceito de hegemonia em Gramsci*. Rio de Janeiro: Graal, 1978. 191 p.

- HOLZ, Celívio. O vídeo na Extensão Rural de Santa Catarina. In: SILVEIRA, M. A.; CANUTO, J. C. (org.) *Estudos de comunicação rural*. São Paulo: INTERCOM, 1988. p.103-113.
- HOLZ, Celívio e BRENDA, Silvano L. *A TV vem aí*. Florianópolis: ACARESC, 1988. 20 p.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1989. 299 p.
- OROZCO, Guillermo Gomez. Recepcion televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio. *Cuadernos de Comunicacion y practicas sociales*. México, n. 2, p. 1-77, mar., 1991.
- RBS. *Normas editoriais*. S. l., 1992. Não paginado.
- SEIXAS, Annick B. S. S. *O rural na Globo: a construção simbólica do conhecimento científico e tecnológico*. Viçosa: UFV, 1990. 222 p. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade de Viçosa.
- SILVA, Hur Ben Correa da. *Os meios de comunicação, a persuasão e a educação: vídeo educativo rural*. S. l.: ACARPA, 1986. 13 p. (mimeografado)
- SOUZA CRUZ. *A pequena propriedade no ano 2000: modelo rural*. S. l.: Souza Cruz, s. d. 22 p.
- WANDERLEY, Maria Nazareth B. O camponês: um trabalhador para o capital. *Cadernos de difusão de tecnologia*, Brasília, v. 2, n. 1, p. 13-78, jan./abr., 1985.