

Percepções das instituições privadas sobre a Assistência Técnica e Extensão Rural Digital

Perceptions of private institutions on Digital Technical Assistance and Rural Extension

Bruno S. Machado¹, Caroline C. N. de Deus², Renato C. Lopes³ e Rodrigo M. Ferraz⁴

**Grupo de Trabalho (GT): GT8. Construção de conhecimentos e inovações
sociotécnicas: da extensão rural aos diálogos interculturais**

Resumo

A pesquisa investigou como as instituições privadas que ofertam o serviço de Ater no Brasil percebem o serviço de Ater digital por meio de um questionário online, utilizando a plataforma *Google Forms*. Entre as instituições que ofertam ambos os serviços de Ater presencial e digital, a grande parte observa a flexibilidade de horários como vantagem, enquanto as barreiras tecnológicas para o usuário são vistas como desvantagem. Pouco mais de 50% delas veem o serviço como efetivo. Já aquelas que nunca ofertaram ou não ofertam mais o serviço, quase a metade não souberam opinar sobre as vantagens, enquanto mais da metade apontaram a limitação de conectividade e a falta de interação pessoal como desvantagens. A preferência pelo atendimento presencial foi o motivo mais escolhido para a não oferta do serviço de Ater digital.

Palavras-chave: Ater digital. Ater presencial.

Abstract

The research investigated how private institutions that offer the Ater service in Brazil perceive about the Ater digital service through an online questionnaire, using the Google Forms platform. Among the institutions that offer both face-to-face and digital Ater services, most observe flexibility of schedules as an advantage, while technological barriers to the user are seen as a disadvantage. Just over 50% of them see the service as effective. Those who never offered or did not offer the service anymore, almost half did not know how to give their opinions about the advantages, while more than half pointed to limited connectivity and lack of personal interaction as disadvantages. The preference for face-to-face service was the most chosen reason for not offering the Ater digital service.

Keywords: Digital Ater. Face-to-face Ater.

1. Introdução

Os serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater) têm contribuído diretamente para a inclusão econômica e social das pessoas que vivem e trabalham no campo (LOPES, 2021). Apesar da sua relevância, o acesso a esses serviços tem sido limitado e um dos principais limitadores é o custo associado à Ater presencial, em termos monetários e de tempo.

Desse modo, as tecnologias da informação e comunicação surgem como uma proposta de apoio para os serviços de Ater (Lopes *et al.*, 2022). A Ater digital, por exemplo, tem ganhado espaço com os avanços tecnológicos, embora a sua adoção enfrente desafios. Souza e Bidarra (2022) expõem que esses avanços no campo necessitam de maior atenção do governo no sentido de incluir os produtores e os trabalhadores rurais, além de seus familiares nesse processo.

Portanto, a pesquisa investigou as percepções, como as vantagens e as desvantagens do serviço de Ater digital, de instituições que ofertam, que nunca ofertaram ou que não ofertam mais esse serviço. Assim, busca-se contribuir para uma compreensão mais aprofundada das motivações para a adoção ou não da Ater digital, lançando insights relevantes a seu respeito.

¹ Doutorando do PPGEA/DER/UFV. E-mail: bruno.machado@ufv.br

² Doutoranda do PPGEA/DER/UFV. E-mail: caroline.deus@ufv.br

³ Doutorando do PPGCTS/UFSCar. E-mail: renato.lopes@emater.df.gov.br

⁴ Doutorando do PPGA/UnB. E-mail: ferraz.rodriogo89@gmail.com.

2. Metodologia, fonte e tratamento dos dados

Os dados da pesquisa foram obtidos por meio de um formulário estruturado na plataforma *Google Forms*. Ele recebeu 44 respostas de instituições públicas e privadas que ofertam atualmente o serviço de assistência técnica e extensão rural no Brasil. Um total de 38 instituições privadas foi identificado após o tratamento dos dados, sendo que 25 ofertam ambos os serviços de Ater presencial e digital e 13 nunca ofertaram ou não ofertam mais a Ater digital.

3. Resultados e discussões

3.1 Instituições que ofertam ambos os serviços de Ater presencial e digital

Na primeira análise, considerou-se as 25 instituições privadas que informaram ofertar ambos os serviços de Ater presencial e digital. A Tabela 1 aborda os principais resultados.

Entre 80 e 90% das instituições destacaram a flexibilidade de horários como vantagem do serviço. A redução de custos foi vista como importante vantagem entre 70 e 80% das instituições. A respeito da flexibilidade de horários, uma de suas importantes vantagens é permitir que os técnicos e os beneficiários agendem as sessões de assistência técnica de acordo com suas disponibilidades. Em relação à redução de custos, destaca-se a redução significativa de custos associados às viagens dos técnicos e beneficiários, a otimização de recursos financeiros e redução de barreiras econômicas, principalmente para uma variedade de beneficiários, como pequenos agricultores e povos e comunidades tradicionais.

Tabela 1 – Porcentagem de instituições privadas que ofertam ambos os serviços de Ater presencial e digital e a percepção sobre o serviço de Ater digital no Brasil.

Questões	Opção de maior aderência entre os respondentes	% de instituições
Vantagem	Flexibilidade de horários	80 a 90%
	Redução de custos	70 a 80%
Desvantagem	Barreiras tecnológicas para o usuário	90 a 100%
	Falta de interação pessoal	70 a 80%
	Limitação de conectividade	70 a 80%
Efetividade	Efetiva	50 a 60%
	Muito efetiva	20 a 30%
	Pouca efetiva	10 a 20%
Perspectiva do futuro	A instituição está focada em aprimorar continuamente seu serviço existente	60 a 70%

Fonte: elaborado pelos pesquisadores com base nos dados da pesquisa.

No que se refere às desvantagens do serviço de Ater digital, as barreiras tecnológicas para o usuário foram lembradas por quase todas as instituições da pesquisa (90 e 100%). Pode-se destacar a falta de familiaridade com tecnologia por parte dos usuários, o que pode dificultar o uso de forma efetiva dos recursos tecnológicos disponíveis para acessar o serviço. A falta de interação pessoal foi outra desvantagem informada por 70 a 80% das instituições. A ausência de interação face a face pode reduzir a qualidade da comunicação, afetando o nível de confiança entre os técnicos e os beneficiários e, consequentemente, o serviço de Ater digital.

Observou-se que entre 50 e 60% das instituições reconhecem o serviço de Ater digital como sendo efetivo. O serviço é visto como muito efetivo entre 20 e 30% das instituições, ao passo que entre 10 e 20% das instituições o considera pouco efetivo. O reconhecimento da efetividade do serviço por parte das instituições pode ser influenciado por uma série de fatores.

As instituições que consideram o serviço de Ater digital muito efetivo podem estar apresentando resultados tangíveis e utilização de tecnologias avançadas. Por outro lado, as

instituições que o considera pouco efetivo podem estar tendo limitações tecnológicas e de conectividade, baixa adesão dos beneficiários e dificuldades na comunicação e interação.

Entre 60 e 70% das instituições informaram que estão focadas em aprimorar continuamente seu serviço existente de Ater digital. O resultado indica que essas instituições tendem a continuar na prestação do serviço, mesmo diante das vantagens e desvantagens inerentes a ele e da percepção quanto à sua efetividade.

3.2 Instituições que nunca ofertaram ou não ofertam mais o serviço de Ater digital

A segunda análise focou nas 13 instituições privadas que informaram nunca ter ofertado ou não ofertar mais o serviço de Ater digital. A Tabela 2 traz os principais resultados.

Tabela 2 – Porcentagem de instituições privadas que não ofertam o serviço de Ater digital e a percepção sobre o serviço de Ater digital no Brasil.

Questões	Opção de maior aderência entre os respondentes	% de instituições
Vantagem	Flexibilidade de horários	40 a 50%
	Redução de custos	40 a 50%
	Não consigo opinar	40 a 50%
Desvantagem	Limitação de conectividade	60 a 70%
	Falta de interação pessoal	60 a 70%
	Barreiras tecnológicas para o usuário	40 a 50%
Motivos de nunca ofertar ou de encerrar a oferta	Preferência por atendimento presencial	50 e 60%
	Dificuldades em engajar o público-alvo	30 a 40%
Perspectiva do futuro	Avaliando a viabilidade	30 a 40%
	Aprimorar seu serviço existente	20 a 30%
	Manter o seu serviço como está	20 a 30%

Fonte: elaborado pelos pesquisadores com base nos dados da pesquisa.

A redução de custos foi escolhida por 40 a 50% das instituições como vantagem. O reconhecimento dos custos incorridos na prestação do serviço de Ater presencial, como os custos com o deslocamento dos técnicos até os clientes, tendem a ser lembrados pelas instituições e poderiam ser reduzidos com o serviço de Ater digital, por exemplo.

Algumas instituições (40 e 50%) responderam não saber opinar sobre as vantagens do serviço de Ater digital. Esse cenário sugere uma possível falta experiência com esse serviço, por exemplo. A realização de capacitações e divulgações a respeito do serviço pode ser relevante para a sua disseminação, ainda que essas instituições não venham implementá-lo.

Em relação às desvantagens da oferta do serviço de Ater digital, entre 60 e 70% das instituições apontaram a falta de interação pessoal. A valorização do contato presencial e a preocupação com a qualidade dos serviços prestados podem ser possíveis razões para elas.

Outra desvantagem destacada pelas instituições (40 e 50%) foi as barreiras tecnológicas para o usuário. Isso pode demonstrar que elas se preocupam com o acesso e o uso adequado das tecnologias na prestação de serviços de Ater digital para os clientes, por exemplo. Desse modo, entende-se que as desvantagens mencionadas na Tabela 2 podem influenciar diretamente a adoção desse serviço e exigir estratégias para sua possível implementação.

Entre 50 e 60% das instituições informaram a preferência pelo atendimento presencial como justificativa de nunca ter ofertado ou encerrado o serviço de Ater digital. Pode-se destacar diferentes justificativas, como a construção de confiança entre técnico e cliente, o entendimento mais aprofundado das necessidades dos clientes e a demonstração prática de técnicas e resoluções de problemas. Esses elementos tendem a se tornar ainda mais fundamentais quando a heterogeneidade dos clientes e dos problemas são expressivas.

Já as dificuldades de engajamento do público-alvo foram destacadas por 30 a 40% das instituições como motivo de nunca ter ofertado ou encerrado o serviço de Ater digital. A resistência a mudanças nos serviços já prestados, a necessidade de capacitação e suporte para a prestação do serviço e as barreiras culturais e linguísticas são possíveis exemplos de justificativas. Tais questões destacam o contexto da adoção da Ater digital e a importância de estratégias abrangentes e adaptativas para promover um engajamento efetivo do público-alvo.

Entre 30 e 40% das instituições estão avaliando a viabilidade de ofertar o serviço de Ater digital. Nesse cenário, novas oportunidades podem estar em debate nessas instituições, o que demonstra a importância de uma análise abrangente para que a possibilidade de uma implementação do serviço de Ater digital no futuro seja feita de maneira eficaz e sustentável.

O pensamento em aprimorar o serviço atualmente prestado foi a resposta entre 20 e 30% das instituições. Esse posicionamento indica que, além de optarem por permanecer com a Ater presencial, elas demonstram o compromisso com a melhoria contínua desse serviço, identificando novas oportunidades e desafios do serviço de Ater tradicional.

Por fim, observou-se que entre 20 e 30% das instituições manterão o serviço ofertado como está como perspectiva para o futuro. Entre as possíveis razões, tem-se a satisfação da instituição e dos clientes com o modelo atual do serviço ofertado, além da familiaridade e confiança no modelo tradicional construído entre eles. Destaca-se também como possíveis razões as limitações de recursos, a capacidade de implementação e/ou a resistência à mudança.

4. Considerações Finais

Com base nos resultados apresentados, verificou-se que a percepção do serviço de Ater digital é variada entre as instituições da amostra da pesquisa e isso levanta diferentes questões. Por exemplo, há instituições reconhecem as vantagens do serviço, mas mantêm apenas o serviço de Ater presencial. Imagina-se que algumas delas por vezes empregam o serviço de Ater digital como forma complementar, principalmente após a pandemia da Covid-19. Já as instituições que ofertam o serviço, a opinião a respeito da efetividade dessa oferta foi heterogênea e expõe que algumas podem ter o incorporado totalmente, enquanto outras o fazem como ação complementar. Portanto, essas descobertas destacam a necessidade de estratégias mais integradas que considerem tanto os benefícios quanto os desafios da Ater digital, bem como a importância de investimentos em infraestrutura tecnológica e capacitação.

5. Referências bibliográficas

LOPES, R. C. A ação extensionista frente aos desafios da Ater digital: Uma análise sobre a Emater-DF (**Dissertação de Mestrado**). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Brasil, 2021.

LOPES, R. C.; ZUIN, L., OLIVEIRA, M. Ater Digital: possibilidades, desafios e aproximações conceituais. In: Diálogos em ATER Digital na **Rede Aurora** (Vol.1, pp. 96). São Carlos: Pedro & João Editores, 2022.

SOUZA, M. P. R.; BIDARRA, Z. S. Política pública de apoio à agricultura digital. **Revista de Política Agrícola**, v. 31, n. 2, p. 18, 2022.