

Relatório de Pesquisa

PIAUIENSES: PERFIL, VALORES E ASPIRAÇÕES

Gerson Portela Lima, técnico Sênior da Fundação CEPRO. Coordenador da Pesquisa

Trabalhador, solidário, otimista, corajoso, honesto, orgulhoso do seu Estado e ciente das suas potencialidades, informado, liberal, amarrado em celular... e acomodado.

Este é o perfil dos piauienses urbanos traçado por eles mesmos, através de pesquisa realizada pela Fundação CEPRO junto a 1.678 piauienses, paritariamente de ambos os sexos e com idade de 16 anos a mais, aleatoriamente entrevistados por meio de questionários, na zona urbana da Capital do Estado e na de outros seis municípios: Parnaíba, Piripiri, Campo Maior, Floriano, Picos e São Raimundo Nonato.

As cidades pesquisadas concentram 55,6% da população urbana e 35% da população total do Estado, tornando a amostra mencionada altamente representativa da sociedade piauiense.

A população encontra-se em franco processo de urbanização. Em 1950, viviam nas áreas rurais 84%. Atualmente é o inverso, 83% concentram-se nas zonas urbanas. Esta mudança, repleta de novas regras e onde predomina o mercado de consumo, resulta em mudanças nos hábitos, padrões e comportamentos pessoais. Sair do bucólico cenário ruralizado significa interagir no espaço urbano com um elevado número de pessoas e situações novas, e ter acesso rápido e fácil aos veículos de comunicação e fontes modernas de informações. A este respeito foi surpreendente constatar que os piauienses urbanos encontram-se relativamente informados sobre as diversificadas potencialidades do Estado, e que o Piauí não é pobre, é subaproveitado. Este conhecimento repercutiu na mente das pessoas sob a forma de um indisfarçável orgulho e, por extensão, na elevação da auto-estima dos piauienses. Na pesquisa, isto foi captado desta forma: a quase totalidade das pessoas entrevistadas sentem-se confortáveis com sua naturalidade, inserindo-se em três situações: **sentem orgulho** de ser piauiense, sentem-se em **igualdade com qualquer outro brasileiro**, neste aspecto, e tem **mais orgulho que vergonha**, de sua condição de piauiense. Quase 2/3 destas, **não trocariam** seu Estado por nenhum outro da Federação, e estando presente ou fora, ao ouvir de qualquer fonte a expressão “Estado do Piauí”, afirmam-se tomados de **impressões e expectativas positivas**.

Atendendo a solicitações da pesquisa, que pediu a cada entrevistado que manifestasse quatro **características dos piauienses**, as respostas resultaram, no conjunto, em cinco adjetivos principais, a saber: povo trabalhador, seguido de solidário, otimista, corajoso e acomodado. Quando se trata do valor que cada um mais preza para si e para os outros, despontam de longe a honestidade, seguida pelo trabalho, pela humildade e pela solidariedade.

De modo geral, o piauiense é enraizado à terra e ao núcleo familiar. Porém, este sentimento de orgulho, captado na pesquisa, procede, segundo as pessoas entrevistados, da informação e do conhecimento das riquezas potenciais existentes no Estado, que terminam por conferir-lhes um sentimento de segurança, de importância e de valorização, levando-os a elaborarem uma imagem cada vez mais

positiva a respeito do Estado e de si mesmos. Afinal, qual é o Estado portal de entrada para uma das cinco regiões deltaicas do planeta? Qual o Estado-berço da poderosa civilização ocidental? Qual dos três Estados nordestinos detentor do bioma dos cerrados, com algo em torno de 5 milhões de hectares aptos para a produção em escala empresarial? De condições naturais renováveis para a produção em larga escala do biodiesel não-poluente? Da fruticultura irrigada? Quem mais possui uma “Sete Cidades Encantadas”? E no Nordeste, uma Cachoeira do Urubu? E a culinária piauiense? E a cajuína? E o mel de abelhas não contaminado? Oeiras? Teresina? E o portentoso (e talvez providencial) manancial de água potável sob a planta dos pés?

Não bastassem essas dádivas da natureza e as humanas, os piauienses também declararam-se envaidecidos de verem sua jovem Capital transformada em centro de referência médico-hospitalar, capacitada a realizar procedimentos de alta complexidade, na área de saúde, fazendo convergir para si os interesses de contingentes populacionais dos estados vizinhos em busca de melhor qualidade de vida.

POVO INFORMADO

Na visão da população o Piauí possui muitos **aspectos positivos**, mas também **negativos**. Entre os primeiros e por grandes áreas predominam os relacionados à criação humana, tais como educação & cultura e qualidade de vida, mas com considerável participação dos naturais, como belezas naturais e recursos naturais. Dentre os aspectos negativos destacam-se tão-somente os da criação humana, a saber: atraso econômico, qualidade de vida e desempenho político-administrativo do Estado e educação & cultura. Neste contexto negativo, os recursos naturais apresentam pouca importância e relacionam-se ao clima.

Ao tomar-se as grandes áreas por subitem, separadamente, os grandes campeões de voto foram, nos aspectos positivos do Estado, a educação & cultura, o potencial turístico, a área da saúde e a segurança. Nos aspectos negativos o desemprego, os políticos, a criminalidade e a educação. No balanço geral, como se vê no percentuais, a maior queixa dos piauienses aponta na direção do grande vilão, o desemprego que assola o Estado, com o percentual de maior grandeza.

O fato de um mesmo item aparecer ora como aspecto positivo, ora como negativo, deve-se a duas circunstâncias: uma é que as opiniões pessoais são tão diversificadas e numerosas quanto o número e a diversidade de seus manifestantes; outra é devido a um fato deveras interessante: a avaliação dos piauienses. Por exemplo, no item educação colocam como positivo a expansão e interiorização do ensino superior público, mas como negativo as deficiências dos ensinos fundamental e médio públicos. No item qualidade de vida incluem como positivo o avanço médico-hospitalar alcançado por Teresina, mas como negativo o atendimento rotineiro, de massa, na rede pública de saúde. De igual modo, quanto aos recursos naturais, vêm como positivo o potencial hídrico do Estado, os cerrados, o litoral, mas consideram a temperatura climática elevada e a seca como negativo.

Um fato digno de nota fica por conta da crise política sediada na capital Federal. As pessoas entrevistadas, mesmo tendo sido avisadas que o foco da pesquisa era o Estado do Piauí, não perderam a oportunidade de extravasarem sua indignação e mandaram um recado aos políticos locais: enviaram todos para os aspectos negativos existentes no Estado, por meio da sonora resposta verbalizada como “corrupção dos políticos”. Assim mesmo, de forma generalizada.

Os piauienses entrevistados indicaram saídas razoáveis para o Estado, numa demonstração de conhecimento dos problemas e do potencial de sua terra. Do ponto de vista **turístico** o Piauí está perfeitamente representado e pode tirar grande proveito do Delta do Parnaíba, das praias do litoral, da Serra da Capivara e do Parque Nacional de Sete Cidades.

Com relação à **cultura**, o Piauí está bem representado por São Raimundo Nonato (os entrevistados referem-se à cultura pré-histórica testemunhada nas pinturas rupestres, artefatos, fósseis, etc, encontrados na Serra da Capivara); Teresina (produção literária, artística, musical, folclórica, culinária); Oeiras (o acervo histórico e sacro); Campo Maior (a participação do Piauí na Batalha do Jenipapo, pela Independência do Brasil, simbolizada pelo monumento homônimo) e Parnaíba-Luís Correia (representando a fase áurea do Piauí no período primário-exportador de cera de carnaúba e carne de charque).

Segundo alguns o Estado logrará o **desenvolvimento econômico** se adotar o tradicional modelo de atrair indústrias; outros apostam na produção em larga escala do biodiesel a partir da mamona; outros na exploração dos cerrados; outros no aproveitamento da região litorânea; foram também referenciadas: a alternativa de construir estradas, o fortalecimento da base industrial-comercial de Teresina, o porto marítimo, e a região geoeconômica de Picos.

Noutra parte do questionário volta-se à questão dos **pontos problemáticos** do Estado, colocando-se a pergunta com outra formulação, qual seja a enunciação verbal de um gama de problemas estaduais de conhecimento/vivência públicos. O problema do desemprego que anteriormente havia assumido a liderança dos aspectos negativos do Estado, verbalizado dentre uma dezena de outros problemas, despertou mais ainda a atenção dos entrevistados, que o potencializaram, elevando-o na escolha das opções. Em segundo lugar escolheram a violência/criminalidade; a falta de acesso à saúde; a precariedade das estradas; a deficiência das escolas, dentre outros.

Toda a massa de **informação e conhecimento** relativa ao Estado e ao mundo provém principalmente de três veículos: televisão; jornal e rádio. Poucos piauienses das zonas urbanas usam a internet para se informar/atualizar. A conversa com amigos pode servir para outras finalidades, menos para assuntos de maior profundidade. A questão da **audiência de rádio**, previsivelmente, é localizada. Dentre os que se ligam nas rádios foram citados 50 denominações fora as rádios comunitárias. As mais ouvidas, segundo suas respectivas cidades são: Meio Norte; Rádio 100; Cidade Modelo; Alvorada; Serra da Capivara; Litoral; Rádio Cidade; 4 de Julho; Difusora Floriano e Clube FM.

A **TV por assinatura** é um privilégio poucos piauienses. Quanto aos **canais comuns**, as redes são conectadas na seguinte ordem: Globo/Clube; SBT/Cidade Verde; Record/Antena 10 e Bandeirante/Meio Norte. Os **programas de TV preferidos** pelos piauienses, longe do que se imagina, não são as novelas mas, sim, os telejornais – dos quais somente o Jornal Nacional leva 30%. Novelas são preferência para uma parte menor, assim como os documentários (Fantástico 5%), os programas de variedades e de esporte.

O **tipo de leitura** realizada regularmente compõe-se principalmente de revistas, jornais e livros didáticos. Os romances são lidos por poucos, e também é pequena a proporção dos que não fazem nenhuma leitura. Os leitores de revistas e jornais buscam em primeira mão o tema política, seguido de esporte, coluna social, matéria policial e horóscopo.

Referente a **viagens** os piauienses praticamente se dividem em três categorias: os que nunca ou muito raramente viajam, os que às vezes viajam e os que viajam com frequência. Os que viajam o fazem mais a passeio; mas também para visitar parentes; tratar de negócios/trabalho e tratamento de saúde. A maioria das viagens é de curta distância, dentro do próprio Estado; as de média distância, com destino a outros Estados da Federação somam pouco menos da metade disto.

ESTADO MACHISTA?

O piauiense tem tudo para ser **machista**: nordestino, sertanejo, historicamente originário do meio rural, das fazendas de gado – lugar de “cabra macho” – acostumado ao poder de mando e à rudeza dos “coronéis” fazendeiros, à lida com o gado, com a inclemência do tempo, com a cultura tardia. Mas não é. A urbanização, a educação, os meios modernos de comunicação, a modernização ocidental em geral, a liberdade, acrescidos de uma mentalidade receptiva a tudo que é novo, o beneficiaram. A maioria dos piauienses não concordam com a sentença de que homem que é homem não chora, e com a de que lugar de mulher é dentro de casa. Atualmente, pelo menos 8% dos homens piauienses urbanos estão freqüentando salão de beleza ou de estética, sem nenhuma dificuldade. Entretanto, em se tratando da chefia da família a tradição fala mais alto: ¾ das famílias são chefiadas por homens. A maioria dos entrevistados declarou pertencer a alguma denominação religiosa, embora em grande parte não o faça na prática; 85% professam a religião católica.

PREFERÊNCIAS

Existem piauienses para todos os gostos musicais ou então existem estilos musicais para todos os piauienses. 23 **estilos musicais** foram citados. E por falar em nordestino, o piauiense elegeu o forró como o estilo musical de sua preferência, mas curte outros com a MPB, a romântica, a sertaneja, e o rock, dentre outros ritmos.

No que se refere à **bebida alcoólica**, o que quase monopoliza a preferência entre os que bebem é a cerveja, e não faltam motivos – é o futebol, o carnaval, o carnaval fora de época, o calorzão, fora outros. Não se pense, contudo, que todo piauiense consome bebida alcoólica. O número dos que não bebem é quase igual ao dos que bebem. Na população pouco mais da metade consome bebidas alcoólicas, o restante prefere não fazê-lo. Os homens que bebem consomem em média 198 litros por ano; as mulheres acompanham essa tendência, consumindo 155 litros/ano. A média brasileira geral é de 47 litros/ano.

Já quanto ao hábito de fumar, é grande a disparidade entre fumantes e não-fumantes, predominando estes últimos. Dos relativamente poucos que fumam, cerca de 2/3 são homens e 1/3 são mulheres. Também em termos relativos o piauiense urbano está cuidando melhor da sua saúde no que toca à prática de alguma atividade física. Alcança mais da metade o número dos que aderiram a essa atividade. O percentual dos que fazem caminhada é inferior à média brasileira que é de 40%.

Perto da metade da população urbana encontra-se inserida no sistema de transações correntistas bancárias e no de operações de compras financiadas por cartão de crédito; o percentual dos piauienses que, além da forma universal de pagar suas despesas – o dinheiro vivo – utilizam-se de **cartões de crédito ou de cheque**, corresponde a 47%.

É grande a utilização do **telefone celular** pelo piauiense urbano. Povo por si comunicativo, adotou o celular como um companheiro inseparável, massificando seu uso. A média urbana brasileira de propriedade de celular é de 46%, superada em muito pela do Piauí. A **posse de computador** é outro acontecimento em que o Piauí supera a média nacional. A média brasileira da presença de computador nas residências é de 33%. Mas o número de piauienses conectados na Internet é ainda maior. De Cada 10 horas gastas na Internet 7 refere-se ao uso pessoal e 3 ao uso profissional.

O **estudo de língua estrangeira** em institutos de línguas não se situa entre os objetivos de elevado interesse para os piauienses. Talvez por restrições financeiras andam monitorando mais de perto suas despesas, e esta parece ser uma das que sofreram cortes: apenas 27% freqüentam estes cursos. Em 2004 caiu 8,5% o número de pessoas pertencentes à classe A que estudam inglês em institutos, no Brasil. Os cortes nas despesas, contudo, não atingem todos os itens. Por questão cultural e pela

facilidade, as famílias mantêm a figura da empregada doméstica em 39% das residências. Nas metrópoles brasileiras e no Estado de São Paulo, a empregada doméstica mensalista somente é encontrada em 9% das residências.

A preferência dos piauienses foi pesquisada em outras áreas diversas, como a culinária. A pesquisa pedia para indicar livremente o prato mais saboroso da culinária piauiense. Foi eleita a galinha caipira, com 33% dos votos. Outros pratos da preferência, em ordem decrescente são: maria-isabel (20%); peixada (10%); capote no arroz (9%); baião-de-dois (7%); carneiro ao leite de coco (6%). Outra pergunta relacionava-se à dieta alimentar principal dos piauienses – o almoço –, pedindo aos entrevistados que relacionassem os tipos de alimentos contidos no seu almoço do dia ou da véspera, conforme o horário da entrevista. Deu empate técnico entre dois tipos de almoço praticamente semelhantes: arroz, feijão e carne bovina (21%), e arroz, feijão, carne bovina e salada (20%). No prato seguinte, pela ordem, estava novamente arroz, feijão, carne bovina e macarrão, mas com percentual de 7% dos almoços e, no seguinte, arroz, feijão e frango, 6%, seguindo-se uma lista de pratos com pequenas variações e reduzidas representações. Descrevendo-se de outra forma, o arroz está presente em 94% dos almoços, o feijão em 71%, a carne bovina está de volta a 60% das mesas, a salada de legumes em 41%, o frango em 19%, o macarrão em 17% e o peixe em 9%.

Encerrando o item das preferências dos piauienses, os entrevistados foram convidados a indicar, entre os conterrâneos, a personalidade mais importante do Estado, em todos os tempos. Foram nomeados 53 personagens do conhecimento público, fora outros 12 desconhecidos e com uma indicação apenas, que foram deixados de lado. Dois fatos são dignos de nota: o relativamente elevado número de entrevistados que, mesmo rebuscando em seu banco de dados – a memória remota – não identificou ninguém com o status solicitado, e o fato de que, na outra ponta, os 70% citaram 53 nomes condizentes com o requerido, mais da metade das personalidades (53%) é político. O resultado por área de atuação é o seguinte:

Políticos	28
Eruditos	9
Religiosos	5
Técnicos	3
Empresários	2
Artistas	2
Cientista	1
Místico	1
Humorista	1
Históriador	1

MUDANÇAS NAS TRADIÇÕES

Nas últimas décadas ocorreram algumas mudanças no comportamento dos piauienses. A modernização banuiu algumas das tradições até certo ponto provincianas. Hoje é público e notório que as jovens já não gastam sapato “rodando” nas praças. Aquele antigo hábito de “botar as cadeiras pra fora” depois do jantar, ainda perdura? Pelo menos em algumas cidades? Parece que sim. Inicialmente a televisão, que puxou as pessoas para dentro de casa, e atualmente a questão da violência têm reduzido consideravelmente este hábito das famílias piauienses. Isto se deduz dos resultados da pergunta “o que você costuma fazer no horário das 18:00 às 21:00 horas?” 37% responderam assistir à televisão; 18%, estudar; 14%, trabalhar, e apenas 8% costumam conversar com vizinhos e/ou parentes e amigos neste período, e ainda assim, destes poucos, apenas uma parte igual a 34% fazem isto na calçada, na porta de casa.

Outro interesse que está em baixa é o casamento. As mulheres solteiras, com idade entre 16 e 29 anos, optaram por seguir a carreira profissional em vez do casamento, em torno de 77% delas. A parte menor, que optou pelo casamento, uma vez casada quase desistiria de pensar ainda em carreira profissional: 66% escolheram a opção de ter e cuidar dos filhos, sendo que a maioria, destas 63%, definiram em dois o número de filhos a ter, e 27% em três filhos. Quanto ao sexo dos filhos, as futuras mães, em maioria (60%), não manifestaram preferência nenhuma, mas as restantes declararam preferência: 27%, mais por homens e 13%, mais por mulheres.

REFERENDO

Uma questão atualíssima foi colocada aos piauienses, a de manifestarem-se sobre a proibição da comercialização de armas de fogo e munição. Os resultados são estes: 59% declaram-se a favor da proibição, 36% contra a proibição, e 5% não haviam se definido ainda.

AVALIAÇÃO DO ESTADO

Os piauienses foram convidados, também, a procederem a uma avaliação espontânea, não-induzida, do seu Estado, no sentido amplo, entidade composta de território, governo e povo ou sociedade. Inicialmente, sobre o desempenho geral do Piauí, na percepção da maioria, formada por 69%, o Estado está crescendo lentamente; 16% acham que está estagnado; para 10% crescendo aceleradamente, e está regredindo para 5%. Foi pedida uma versão numérica desta avaliação, tendo-se obtido os seguintes resultados, quanto à nota que dariam para o Piauí:

Nota	Percentual	
1	1 %	
2	1 %	
3	1 %	
4	4 %	
5	14 %	
6	2 %	Média 6,5
7	30 %	
8	20 %	
9	4 %	
10	4 %	

ASPIRAÇÕES

As aspirações dos piauienses apontam, claramente, no sentido de coisas concretas, cuja carência é típica da não-consecução, ainda, do estágio de desenvolvimento econômico exuberante. Seus maiores sonhos de consumo são na área dos bens tangíveis móveis, dos bens tangíveis imóveis e dos bens de consumo durável, com, respectivamente 34%, 32% e 12% das respostas oferecidas. No primeiro caso o destaque fica para o automóvel, com 27%, no segundo predomina a casa própria e no terceiro, o computador pessoal. Como o nível cultural dos piauienses, segundo o desenvolvimento econômico, não se encontra aprimorado, as aspirações intangíveis e as abstratas aparecem com reduzida importância. Em outra parte da pesquisa constatou-se que é grande a taxa de desemprego, eleito como o principal problema do Estado (57%), contudo, os que aspiram arranjar um emprego representam apenas 2%. Pode-se antever aí o espectro da acomodação, em que se necessita com premência de certa coisa mas não se faz nada para obtê-la. Nem mesmo sonhar com ela. Aumentar a renda pessoal também aparece com 2%. Ou será isto desprendimento?

Um levantamento realizado no País definiu o perfil do brasileiro, principalmente, como “contemplativo”, isto é, um tipo que não se preocupa com o futuro, procura viver o presente da melhor forma possível, não gosta de correr risco, não se importa com dinheiro e não persegue a realização profissional. O levantamento era sobre o perfil do brasileiro mesmo, mas está parecido com o perfil do povo piauiense. Senão vejamos: no item Qualidade de vida, as aspirações principais (fazer curso de nível superior e viajar ao exterior), não ultrapassam 1% cada; no item Segurança as principais (plano de saúde e seguro de vida), não passam de 1% cada; no item Idealismo as principais (realização profissional, ser empreendedor, cumprir os compromissos assumidos) nem chegaram a 1% cada.

COMPARATIVO ENTRE AS PROFISSÕES DOS ENTREVISTADOS E AS IDEALIZADAS PARA OS FILHOS, POR ÁREA DE ATUAÇÃO

Área de Atuação	Entrevistados (%)	Filhos (%)
1. empresarial/executiva	16	2
2. serviço público	12	1
3. magistério	11	4
4. comercial	9	0
5. saúde	6	37
6. técnica	6	8
7. serviço especializado	4	0
8. transporte	4	0
9. do lar	4	0
10. jurídica	3	15
11. militar	3	2
12. construção/reparo	3	1
13. serviço não-especializado	3	0
14. estética/beleza	2	1
15. agricultura	1	1
16. política	1	1
17. científica	1	0
18. artística	1	0
19. informação	1	1
20. outras	8	0
21. não interfere	-	26

Um exercício interessante é comparar a área de atuação profissional dos entrevistados com a idealizada por eles para seus filhos, nascidos ou não, assim formulada: “que profissão você gostaria que seus filhos seguissem?”

Uma constatação importante foi a confirmação de um desejo evolutivo universal do homem, do desejar, proporcionar o melhor para seus filhos. “Caíram” 29 profissões. Entre o total de entrevistados foram identificadas 70 profissões diferentes, porém as profissões idealizadas para os filhos resumiram-se a 41, porque muitas das profissões que os entrevistados seguiram não a desejariam para seus filhos, geralmente por perda de status da profissão e/ou por restrições legais. Há algumas décadas os pais sonhavam para si a profissão de funcionários públicos federais, ou de bancários. Entre os entrevistados foram encontrados 12% dos primeiros e 1,2% dos segundos. Mas poucos entrevistados imaginaram seus filhos como servidores públicos (1%) e como bancários (0,61%). A depender dos

pais estariam também desvalorizadas profissões, tais como as de empresário* e de magistério, e “eliminadas” outras, como comerciante, serviço especializado**, transporte, dona-de-casa.

Por outro lado, pondo-se à parte 26% que declararam não interferir na escolha dos filhos quanto às profissões a seguir, e afora as profissões descartadas (zero) para as quais os pais encaminhariam seus filhos se a escolha dependesse deles unicamente? Os resultados indicam as três áreas que estariam na preferência: a saúde, a jurídica e a técnica. Na área da saúde somente a medicina contribuiu com 29%, na jurídica a advocacia, com 13%, e na técnica a engenharia, com 4%. Conclusão: doravante, a depender dos pais-corujas o Piauí estará repleto de médicos, advogados e engenheiros. Para sorte das futuras gerações as coisas não funcionam assim.

* **empresário** – homem de empresa; aquele que é responsável pelo bom funcionamento de uma empresa.

** **especializado** – que se especializou; profissional especializado, diferente de **especialista** – pessoa que se consagra com particular interesse e cuidado a certo estudo; pessoa que se dedica a um ramo de sua profissão.

ASPECTOS POSITIVOS

- Educação & Cultura 30%
(educação 15%)
- Qualidade de Vida 24%
(saúde 10%, segurança 8%)
- Belezas Naturais 19%
(potencial turístico 12%)
- Recursos Naturais 13%
(potencial agro-industrial 5%)
- Desenvolvimento 6%
- Política / Administrativa 5%

ASPECTOS NEGATIVOS POR GRANDES ÁREAS E POR ITENS

- Atraso Econômico-social 34%
(desemprego 20%)
- Qualidade de Vida 23%
(criminalidade 10%)
- Político / Administrativa 23%
(política 10%)
- Educação & Cultura 10%
(educação 8%)
- Aspectos Naturais 7%
(clima 6%)

ÁREA DE ATUAÇÃO DAS PERSONALIDADES MAIS IMPORTANTES DO ESTADO, NO ENTENDIMENTO DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

- Políticos 28%
- Eruditos 9%
- Religiosos 5%
- Técnicos 3%
- Empresários 2%
- Artistas 2%
- Cientistas 1%
- Místicos 1%
- Humoristas 1%
- Historiadores 1%

ÁREA DE ATUAÇÃO DAS PERSONALIDADES MAIS IMPORTANTES DO ESTADO, NO ENTENDIMENTO DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

• Alberto Silva	12%
• Mão Santa	9%
• Wall Ferraz	4%
• Welington Dias	4%
• Torquato Neto	3%
• Petrônio Portela	3%
• Hugo Napoleão	3%
• Frank Aguiar	2%

DADOS COMPLEMENTARES

Onde você nasceu?	%
Aqui no município e na área urbana	54
Em outro município do Estado do Piauí	23
Aqui no município, mas na área rural	13
Em outro Estado da federação, mas reside no Piauí há 20 anos ou mais	9
Sexo	%
Feminino	51
Masculino	49
Idade	%
16 a 17 anos	3
18 a 23 anos	17
24 a 29 anos	18
30 a 35 anos	17
36 a 46 anos	24
47 a 59 anos	16
60 anos e mais	5
Escolaridade	%
Analfabeto	1
Ensino fundamental completo	8
Ensino fundamental incompleto	7
Ensino médio completo	30
Ensino médio incompleto	13
Ensino superior completo	24
Ensino superior incompleto	16

Ocupação Principal	%
Serviço público (Munic., Estad. e Federal)	27
Atividades comerciais	21
Prestação de serviços	20
Profissional liberal	11
Estudante	9
Atividades domésticas	7
Atividades industriais	2
Atividades agropastoris	1
Não informou	1

Estado Civil	%
Casado	50
Solteiro	41
Separado	5
Viúvo	2
União estável	1

Meio de Transporte de sua Propriedade	%
Carro	37
Motocicleta	25
Nenhum	22
Bicicleta	16