



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A observação participante: uma alternativa para o profissional de Relações Públicas¹

Maria Amélia Miranda Piroló

Resumo

As abordagens quantitativas se mostram insuficientes no tratamento de situações em que se procura por dados subjetivos, o que é comum ocorrer quando se trata da opinião, motivando a autora na busca de técnicas que melhor se adaptem às especificidades do conhecimento da opinião dos públicos de interesse.

Durante o desenvolvimento de sua dissertação de mestrado, realizado na Universidade metodista de São Bernardo aplicou junto ao Banco do Brasil, em três agências situadas no Paraná: Jaguapitã, Ibioporã e Assai, a técnica da observação participante com o objetivo de conhecer as condições em que eram realizados os atendimentos ao pequeno produtor rural na concessão do crédito agrícola. O relato desta vivência aliado a uma reflexão sobre a aplicação das técnicas de pesquisa pelo profissional de relações públicas no contexto organizacional será apresentado neste artigo.

Palavras-chaves: Observação participante, Relações Públicas e Organização.

¹ Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Observação Participante e o meio organizacional

Jack Douglas (1995), pesquisador americano, afirma que: “*Quando se trata de uma experiência que envolve pessoas, o modo como pensam, sentem e agem, os modos mais verdadeiros, reais, completos e simples de se garantir à informação precisa é buscando na sua própria vivência*” (1976:112). A observação participante é, portanto a técnica adequada ao conhecimento de situações que envolvem relações formais entre instituições e seus públicos.

A observação participante é comumente empregada para designar métodos de pesquisa bastante diferentes, o que gera muita controvérsia a respeito do método de sua aplicação. A pesquisa aplicada neste estudo, junto ao Banco do Brasil desenrolou-se tendo por princípio que:

(...) observação participante refere-se a uma situação onde o observador fica tão próximo quanto um membro do grupo do qual ele está estudando e participa das atividades normais deste “(Mann, 1975, p.95)”.

O observador participante usa suas observações iniciais como pontos estratégicos sobre os quais formula apontamentos que podem ser reformulados ou redefinidos de acordo com o contexto em que se dá a observação.

David Waddington (1995 in Cassel, C. and Symon, G.) indica alguns passos necessários no desenvolvimento da observação participante:

1. Conhecer o campo de estudo: o pesquisador deve se interar dos costumes do grupo a ser pesquisado, pois esta é a chave da investigação;



2. Conduzir o campo de estudo: o pesquisador de campo deve enfatizar sua atuação no estabelecimento de boas relações com o grupo pesquisado o que facilita na obtenção de respostas verdadeiras;
3. Gravando os dados: o pesquisador de campo deve iniciar seu período de aclimatização sem realizar anotações para não promover o constrangimento entre pesquisador-pesquisado. Após este período, onde só serão observados o campo de pesquisa e seus pesquisados a investigação deve seguir um procedimento rigoroso de anotações dos dados observados e devem incluir a descrição de pessoas, acontecimentos, diálogos estabelecidos bem como, suas ações, sentimentos e o surgimento de novas conjecturas;
4. Análise dos dados: Sua interpretação é realizada de forma contextualizada, dialética, procurando unir dados observados aos esclarecimentos promovidos pelo processo interativo entre pesquisador-pesquisado;
5. Vivenciando o campo: Quando se aplica a observação participante fica difícil o estabelecimento prévio de um momento para encerrar com o estudo; alguns autores recorrem a saturação dos dados como ponto para decidir pelo seu encerramento.

Este estudo envolvendo a interação oriunda do atendimento ao pequeno produtor rural procurou nos meses de sua realização seguir de forma geral os passos sugeridos por este autor sem perder de vista que qualquer procedimento que envolve pesquisa qualitativa tem suas particularidades e especificidades que devem ser observadas e respeitadas.

Observações relevantes ao estudo, como o funcionamento da agência como um todo e, mais especificamente, do setor de crédito rural, bem como a formalização e estruturação do atendimento ao pequeno produtor rural foram verificadas. A observação realizada buscou conhecer o universo vivido pela população de pesquisados e dos principais acontecimentos de sua história; verificar como se passa à informação econômica e técnica a respeito da questão agrícola junto ao crédito rural e, ainda averiguar como se processa a comunicação mantida com o pequeno produtor rural.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O desenvolvimento operacional da técnica se deu entre março e julho de 1996 junto a três agências do Banco do Brasil, no Paraná envolvendo 39 funcionários que prestavam serviço no atendimento ao pequeno produtor rural na concessão do crédito agrícola. As agências foram escolhidas a partir de sua região de abrangência, característica específica do público atendido que envolve aspectos relacionados ao nível de escolaridade e descendência.

A observação teve como ponto de análise o funcionário em seus aspectos formais, abrangendo treinamento específico ou não, iniciativa, e a análise do material de apoio utilizados no seu cotidiano (manuais e circulares). Também foram realizadas entrevistas informais e analisada a relação funcionário-produtor. Todo o processo foi realizado com o conhecimento dos gerentes das agências envolvidas e notificado os seus funcionários (com uma única exceção não planejada pela pesquisadora como veremos no relato).

Foram preservados os dados relacionados aos nomes de gerentes, funcionários e agricultores envolvidos na pesquisa.

A metodologia de análise foi desenvolvida a partir das entrevistas realizadas e com o auxílio dos dados institucionais, objetivando esclarecer as questões norteadoras deste estudo: linguagem, informação e comunicação.

Relato de Campo/ Assai – Pr

A agência do Banco do Brasil em Assai, a cerca de 70 km de Londrina, contava na época com 16 funcionários e especificamente na carteira de crédito rural com um gerex –cargo relativo a gerencia intermediaria. E, como público majoritário descendentes de japoneses. O gerente estava, na época com nove meses de casa. O ger. 1 ,como será chamado neste relato, é descendente de japoneses e sua família é da região de Londrina portanto, conhecedor das particularidades da cultura da região.



Nesta agência todos os funcionários prestam atendimento nas mais diferentes áreas de operação fato este gerador de ansiedade, conseqüente desestímulo e descomprometimento geral.

A razão pode estar ligada ao momento de adaptação às novas condições gerenciais do Banco: Neste momento era recente o PDV – Programa de Demissão Voluntária implantado no banco de forma impositiva gerando um quadro de funcionários inseguros e desmotivados pela baixa remuneração e pela falta de perspectivas. Com a redução no quadro, os funcionários passaram a assumir mais funções e muitas delas, desconhecidas pelo grupo ocasionando um ambiente onde o “achômetro” passa a ser constante. Um funcionário desconhecedor do crédito rural quer seja pela complexidade do assunto, quer seja pelas características pessoais de envolvimento com determinadas áreas, presta um atendimento inseguro ao produtor rural. No caso específico deste estudo: o pequeno produtor rural, a situação se complica, pois, este faz do banco (funcionários), na maioria das vezes, seu único ponto de referência e informação no encaminhamento da solicitação do financiamento agrícola.

O pequeno produtor de Assai tem, aliado ao seu despreparo escolar, o problema da linguagem, comum na adaptação do idioma japonês falado em casa e o idioma português, exigido no relacionamento com os demais. Uma situação de atendimento eficaz necessita de funcionário preparado e conhecedor da área específica, que tenha o discurso adequado resultado de informação e linguagem adequada.

O fato dos funcionários não receberem treinamento e serem desconhecedores dos procedimentos relacionados à concessão do crédito agrícola leva, muitas vezes, a um jogo de “empurra-empurra”, tornando o pequeno produtor um mero espectador do processo. Ele levanta a dúvida e a resposta vem carregada de termos técnicos e se a pergunta é refeita na procura de uma maior compreensão, a resposta se mantém nos moldes interiores.

A falta de conhecimento ou até mesmo de iniciativa levam os funcionários, na maioria das vezes, a passarem ao chefe imediato a resolução de pontos corriqueiros do



procedimento. Pontos como a securitização da dívida, ou exigências como a carta de anuência e a análise de solo, na maioria das vezes, são impostas e não esclarecidas.

Outro ponto, não previsto, que aconteceu no desenvolvimento desta técnica nesta agência foi que o ger. 1 apesar de ter sido notificado da presença da pesquisadora, em que dias e por quanto tempo não informou à maioria dos funcionários. Este fato aparentemente sem importância levou a um clima de instabilidade o trabalho que estava sendo desenvolvido, pois, a pesquisadora notou durante um período desta convivência que existia ali um clima “estranho” em relação ao grupo de caixas da agência e ao guarda de plantão. Procurando por uma das caixas solicitou uma caneta e neste momento teve a aproximação do guarda e a pergunta direta da mesma caixa “O que você quer nesta agência?”. Assustei-me com a abordagem, mas respondi a pergunta e esclareci meu papel no processo o que resultou em alívio e gargalhadas em geral. Perguntei o porque desta reação e tal foi meu espanto com a explicação: “Moça, estávamos preocupados com a sua presença e supomos que você poderia fazer parte de um esquema de assalto. Por isso o guarda estava preparando-se para qualquer que fosse a atitude necessária a ser tomada” (Caixa X). Bem, o que terminou de modo positivo poderia ter se tornado uma situação no mínimo constrangedora. Mas valeu como aprendizado: se você realiza uma observação participante nunca deixe de se apresentar a contento para o grupo todo.

Relato de Campo/ Ibiporã

Em Ibiporã, cidade que integra a região metropolitana de Londrina, a agência do Banco do Brasil contava, nesta época com 16 funcionários. Sua principal característica é atender produtores de nível escolar mais elevado do que o das outras agências pesquisadas, de descendência diversificada, mas, com os mesmos problemas econômicos. A maneira pela qual o produtor rural procura o atendimento é diferenciada: nesta agência eles têm a opção de buscar junto à assistência técnica conveniada (são duas habilitadas) maiores esclarecimentos quanto ao financiamento agrícola.

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Conseqüentemente, o funcionário é mais exigido quanto à desenvoltura no setor de crédito rural. Para atendimento no setor, esta agência adota um setor específico para sua realização.

O ger. 2, com dois meses nesta agência acredita que o que falta é uma política agrícola por parte do governo federal “são ações que não cabem ao banco, mas que independem do banco; o banco é só um executor da política agrícola”.

É a partir desta visão que o funcionário realiza o atendimento. O produtor tem uma relação próxima com o funcionário que já o conhece de atendimentos anteriores. Há, uma relação de confiança, pois, há casos em que o funcionário acompanha o pequeno produtor até no encaminhamento de suas dívidas pessoais. É o caso de um produtor com problemas relacionados ao alcoolismo que tem este acompanhamento esta é uma atitude necessária segundo os próprios funcionários esclarecem: “se ele próprio realiza-se o pagamento de suas dívidas faltaria para pagar o financiamento e viver”.

Entre as dificuldades observadas quanto aos procedimentos adotados verifica-se a não disponibilidade de talões de cheque para o pequeno produtor porque ele só faz dois grandes depósitos anuais, nas safras de inverno e nas safras de verão. Para movimentação da conta o banco oferece a esses produtores um cartão de retirada o que complica a sua relação social, pois este não se engaja numa sociedade de cheques pré-datados.

O pequeno produtor que busca pelo financiamento agrícola o faz sem exigir qualquer informação mais detalhada. O que ele precisa é do dinheiro para o custeio do plantio. Não se preocupa em exigir do banco uma postura mais informativa, pois, não consegue entender o processo e se vê colocado de lado nessa negociação.

Quando a negociação acontece junto à assistência técnica conveniada com o banco o produtor se solta e faz perguntas demonstrando tranqüilidade e coerência. E, assuntos corriqueiros do seu dia a dia passam a ser trabalhados nos termos adequados ao seu melhor entendimento como o caso da solicitação da análise de solo ou da rotatividade



de cultura. Que passam a ser explicadas em um detalhamento necessário para sua compreensão e conseqüente condução. Pois, como havia produtores que não entendiam o procedimento de coleta de solo para análise eles tiravam várias amostras do solo de uma única área da propriedade o que resultava numa única cultura a ser plantada o que de fato não era, na maior parte das vezes, o ideal resultando numa baixa produção por área plantada.

Quanto à rotatividade de cultura observa-se que o não entendimento leva ao gasto errado com sementes e fertilizantes que são questionados pela operadora de crédito na liberação das parcelas do financiamento gerando mais um ponto para a inadimplência.

Observa-se que situações como estas foram mais freqüentes nas agências de Assai e Ibiporã.

Relato de Campo/ Jaguapitã

Jaguapitã, a menor das três agências, conta com sete funcionários, incluindo o gerente. Localiza-se a 50 km de Londrina e o gerente faz parte do quadro de funcionários há sete meses.

A cidade situa-se em uma região agrícola, com forte presença de descendentes italianos. Opera com dois funcionários no setor de atendimento rural, que são nascidos e criados em Jaguapitã e, portanto, conhecedores profundos da clientela, de seus antecedentes e de sua história.

Na região predomina o sistema de monocultura (trigo ou soja), pois os produtores plantam o que estão acostumados procurando assim minimizar os riscos. Não existe preocupação de reciclar conhecimentos; só uns poucos procuram a ACARPA – órgão estadual de pesquisa agropecuária e referencia nacional.



Nesta agência observou-se uma preocupação diferenciada em relação aos fatores que, segundo eles podem levar a inadimplência como os juros altos, operacionalização não adequada do banco e falta de um treinamento para o atendimento ao pequeno produtor rural. Nesta agência ficou mais evidente a proximidade estabelecida entre produtor e funcionário, acentuando-se aí uma relação mais confiável onde existe a preocupação com a linguagem adequada e o esclarecimento quanto a procedimentos novos na negociação do crédito agrícola.

A observação participante no contexto organizacional

O Relações Públicas desenvolve suas atividades a serviço da organização e numa visão esperada também, a serviço dos públicos envolvidos. Unir os dois pólos de interesses diferenciados muitas vezes pode ser um desafio. Mas, aí nasce o profissional que as organizações e públicos necessitam.

A comunicação é o caminho pelo qual as pessoas se relacionam, modificando suas atitudes e opiniões e influenciando o mundo que as rodeia. É através dela que há troca de experiências, idéias e sentimentos. Para seu desenvolvimento, Bordenave (1982, p. 37) classifica como seus elementos básicos;

- Realidade ou situação onde ela se realiza e sobre o qual tem um efeito transformador;
- Os interlocutores que dela participam;
- Os conteúdos ou mensagens que elas compartilham.

A comunicação humana é apenas parte de um processo mais amplo: o processo de informação que por sua vez, é só um aspecto de um processo ainda mais básico: o processo de organização.



“As culturas são criadas, sustentadas, transmitidas e mudadas através da interação social... As organizações, pois, são vistas como fenômeno de comunicação, sem o qual inexistiriam (Freitas, 1991, p.34)”.

No setor de atendimento ao crédito rural, a situação é recheada de pontos que, se não trabalhados objetivamente, desencadeiam um processo de desinformação recheado de ruídos e de boatos impedindo a comunicação e atuação eficaz do profissional que desempenha as funções de relacionamento com os públicos.

São apontamentos deste tipo que determinam a necessidade da utilização de técnicas de pesquisa onde valores subjetivos possam ser identificados e trabalhados no contexto organizacional. O desenvolvimento da observação participante requer credibilidade do pesquisador junto ao grupo pesquisado e livre de pré-conceitos tanto por parte do que investiga como do investigado, sugerindo um trabalho a ser realizado sob a forma de consultoria.

“A participação e o diálogo se conjugam no caminho da interação social. Participação é associar-se pelo pensamento, pelo sentimento e pela própria ação... Participar é fazer, é comunicar, é comungar” (Participação, 1984, p.118). Comungar vivências entre pessoas é comunicação e manifesta a relação existente entre elas. O processo de Relações Públicas intermedia o discurso organizacional, ajusta interesses, promovendo a interação entre a empresa e os seus públicos de interesse. No acerto de contas a questão está nas observações sensatas, no saber ouvir e saber sentir pré-requisitos básicos para um bom encaminhamento da observação participante.

A utilização de técnicas qualitativas é recomendada para complementar estudos quantitativos, comuns no contexto empresariais, por autores como Widdows et al. (1991) e Haguette (1997), pois possibilitam a coleta de informações que não podem emergir dos procedimentos quantitativos tradicionais.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDENAVE, Juan E. Diaz. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FREITAS, Maria Éster de. *Cultura Organizacional: formação, tipologias e impactos*.

São Paulo: Mackron Books, MacGraw-Hill, 1991.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. *Metodologias qualitativas na sociologia*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

KING, N.. The qualitative research interview. In Cassel. C., Symon, G., eds. *Qualitative Methods in Organizational Research. A Practical Guide*. London: Sage publications, p.14-36, 1995.

MANN, Peter H. *Métodos de investigação sociológica*. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

THIOLLENT, Michel. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1982.

WADDINGTON, D. Participant Observation. In Cassel, C., Symon, G., eds. *Qualitative Methods in Organizational research. A Practical Guide*. London: Sage Publications, p. 107-122, 1995.