

A Cartografia da Comunicação Social no Sertão Piauiense pela Metodologia da Pesquisa Participante¹

Paula Monize de Moura RODRIGUES²
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

Orlando Maurício de Carvalho BERTI³
Universidade Estadual do Piauí, Teresina, Piauí; Picos, Piauí

Resumo

O trabalho reflete sobre as principais metodologias usadas em pesquisas científicas no campo da Comunicação Social, ressaltando o caráter participativo e interativo de algumas delas incorporadas ao pesquisador diante da situação investigada. Objetiva-se demonstrar a utilidade da Metodologia da Pesquisa Participante nos estudos cartográficos comunicacionais de uma comunidade; refletir sobre suas possibilidades e o papel concebido ao investigador. Para tanto, recorre-se a um estudo qualitativo dos achados, enveredando pelo método da pesquisa bibliográfica e análise de metodologias. Contudo, conclui-se que as metodologias na Comunicação necessitam ser pensadas para que os estudos se direcionem para as realidades que nos são conhecidas, para nossos “quintais”, principalmente quando envoltas à realidade do pesquisador.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social; Cartografia da Comunicação; Metodologia; Pesquisa Participante; Sertão piauiense.

Introdução

A Comunicação Social na contemporaneidade assume formas variadas e campos de estudo que se entrelaçam em meio às relações entre os indivíduos e seus diversos espaços sociais. É partindo deste cenário que o trabalho referente à aplicabilidade e características das principais metodologias utilizadas em pesquisas científicas na área do conhecimento

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O referido artigo é uma releitura sobre as metodologias utilizadas no trabalho monográfico “Cartografando a Comunicação Social de Santana do Piauí: Um estudo sobre as apropriações comunicacionais comunitárias nos espaços rurais e urbanos santanenses” da acadêmica Paula Monize de Moura Rodrigues sob orientação do professor-doutor Orlando Berti, apresentado na Universidade Estadual do Piauí, campus de Picos, obtendo nota máxima com louvor.

² Estudante do 8º período de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e Relações Públicas, na Universidade Estadual do Piauí – UESPI. Bolsista do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí. Email: paulamonize.r@hotmail.com

³ Professor-orientador do presente artigo. Doutor em Comunicação Social pela UEMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Professor, pesquisador e extensionista do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da Universidade Estadual do Piauí (campus de Teresina e voluntário do campus de Picos). Coordenador-geral do Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí. Atualmente realiza pesquisas sobre rádio, comunicação comunitária e tecnologias atuais voltados para o Sertão nordestino e metodologias de pesquisa e ensino nessa região do País. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

Humano e Social se constitui como elemento importante de investigação, atendendo a uma carência de pesquisas que se propõem a discuti-las, e repensá-las de forma prática e subjetiva ao encontro das peculiaridades envolvidas nestes ambientes.

Assim sendo, diante deste estudo torna-se possível demonstrar a utilidade de procedimentos metodológicos práticos, como é o caso da Metodologia Participante e seu potencial para a realização de estudos cartográficos comunicacionais em uma comunidade; refletir sobre suas possibilidades e o papel concebido ao investigador nos tempos atuais. Para tanto, este trabalho tem como problema precípua: como a metodologia da pesquisa participante contribui para a construção dos estudos cartográficos comunicacionais?

Bem como os objetivos visam: evidenciar a potencialidade da pesquisa participante para estudos cartográficos no Sertão piauiense; destacar o caráter participativo e interativo da Pesquisa Participante para as pesquisas comunicacionais; pontuar e caracterizar as principais metodologias utilizadas nos trabalhos de Comunicação Social.

Analisamos neste texto, brevemente, o caráter social, participativo e interativo de alguns métodos que denotam a pesquisa de campo⁴, onde se possibilita estar próximo do objeto investigado, bem como compreender o seu emprego nas pesquisas comunicacionais da contemporaneidade. Assim sendo, é embasado pelo pensamento de estudiosos como Jorge Duarte (2011), Eduardo Moresi (2003), Clara Pereira Coutinho (2014), Silva e Estera Menezes (2005), Cicilia Peruzzo (2011) e dentre outros.

Nestes termos, o trabalho metodologicamente utiliza-se da revisão bibliográfica acerca do tema, e análise de metodologias a partir de experiências em estudos comunicacionais, onde recorreu-se ao uso da Pesquisa Participante, como na construção da monografia *“Cartografando a Comunicação Social de Santana do Piauí: Um estudo sobre as apropriações comunicacionais comunitárias nos espaços rurais e urbanos santaneses”*⁵.

Eduardo Moresi (2003, p.10) reflete sobre o que se constitui como pesquisa participante, especialmente o que a mesma pode proporcionar positivamente sobre os resultados alcançados.

A pesquisa participante não se esgota na figura do pesquisador. Dela tomam parte pessoas implicadas no problema sob investigação, fazendo que a fronteira pesquisador/pesquisado, ao contrário do que ocorre na pesquisa tradicional, seja tênue” (MORESI, 2003, p.10).

⁴ A pesquisa de campo se caracteriza pelo ida ao campo prático pelo pesquisador, onde este interage com o objeto de estudo.

⁵ Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, realizado pela acadêmica e formuladora deste artigo.

O direcionamento do respectivo trabalho científico não é apontar qual metodologia deve ser utilizada em determinado trabalho, numa espécie de predileção. E sim suscitar as potencialidades geradas pelos procedimentos metodológicos de natureza prática e socializante sejam pensados para os mais variados espaços geográficos, sobretudo as pequenas comunidades que agregam tônicas e características variantes. É necessário que estes ambientes sejam estudados levando em consideração seus aspectos mais singulares.

1 – A importância da Metodologia para os Trabalhos de Comunicação Social

A Ciência em nível macro, independente do campo de conhecimento implica o confronto do objeto concreto com situações que por vezes se apresentam de forma “abstratas”, que se universalizam e geram descobertas. É este confronto e a busca pelo novo, pelo que ainda necessita ser analisado que desperta em estudiosos e estudantes dos mais variados cursos universitários o desejo pela pesquisa. Eduardo Moresi (2003, p.08) concebe a pesquisa como o meio para a resolução, ou pura e simplesmente o caminho para solucionar um problema e dar a ele respostas efetivas. Mas como chegar a estas respostas?

O exercício se vale da aplicação de metodologias, métodos científicos e de suas técnicas que segundo Clara Pereira Coutinho (2014, p.19-20) são maneiras eficazes e sistemáticas de se obter resultados sobre a pergunta-problema do estudo que não são racionalizadas de antemão pelo investigador. A autora citada apresenta todos estes instrumentos mediante suas características e finalidades, os hierarquizando em uma “escala” que parte do campo prático para o teórico.

Num primeiro nível, muito próximo da prática, temos as *técnicas* utilizadas por um determinado ramo ou ciência da sua práxis científica. Um conjunto de técnicas suficientemente gerais para serem comuns a um número significativo de ciências, passam a constituir o *método*. Num nível mais geral, a *metodologia* analisa e descreve os métodos, distancia-se da prática para poder tecer considerações teóricas [...] (COUTINHO, 2014, p.20).

Um ponto que merece ser levado em consideração nesta abordagem é o caráter dos procedimentos analíticos a serem adotados em um estudo, se estes se constituem de natureza qualitativa, onde envolve uma maior profundidade e qualidade na análise dos objetos, ou de natureza quantitativa, onde ocasiona uma redundância nos achados a partir de

dados numéricos. A determinação destes procedimentos terá reflexo direto sobre o que se almeja atingir na dimensão dos resultados.

Nestes termos serão aqui descritos de maneira sucinta e atendo-se ao campo prático, os principais métodos científicos e suas técnicas empregadas atualmente nos trabalhos de Comunicação Social baseado em estudiosos como Cicilia Peruzzo (2011), Ilda Stumpf (2011), Jorge Duarte (2011), Eduardo Manhães (2011), Maria Eugênia Costa (2011) e dentre outros.

Seguindo por esta menção, em qualquer pesquisa científica uma das ações iniciais realizadas pelo pesquisador está a realização de leituras e suas constantes revisões, ao qual denomina-se de pesquisa bibliográfica. Para Ilda Stumpf (2011) este exercício é realizado muito antes, “para identificar, selecionar, localizar, e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos” (STUMPF, 2011, p.54). É nesta etapa onde se é dado o direcionamento teórico e o aporte das literaturas que nortearam o estudo.

Outro método bastante utilizado nas pesquisas comunicacionais e que tem importantes inferências no contato do investigador com o objeto responde à pesquisa participante. Para Cicilia Peruzzo (2011, p.125-143) a pesquisa participante teve maior expressividade em estudos científicos na década de 90. A mesma proporciona ao pesquisador um estudo qualitativo dos achados, e ao mesmo tempo, leva-o a interagir e propor junto ao grupo da situação investigada soluções ao problema, onde este também vem a participar de forma consciente deste processo.

A análise do discurso é outro método aplicado nos trabalhos de Comunicação, sobretudo aos que se propõem analisar a linguagem dos produtos midiáticos que são apropriados pela sociedade. Discursos que apresentam significações e interesses, algo que compete a toda e qualquer mensagem, onde o sujeito se torna um mero absorvedor passivo destas linguagens e códigos propagados. Um dos estudiosos que trata da análise do discurso é Eduardo Manhães (2011, p.306) onde na apresentação deste método exemplica as suas duas tipificações: a análise do discurso francesa⁶ e a análise do discurso inglesa⁷.

Em linhas gerais, nos trabalhos de pesquisa o investigador depara-se com uma pluralidade de métodos, assim como tem à disposição várias técnicas metodológicas, como a entrevista em profundidade, grupo focal, pesquisas de opiniões que visam principalmente intenções de mercado, e dentre outras. A entrevista em profundidade, por exemplo, muito

⁶ Segundo Eduardo Manhães (2011) a análise do discurso francesa é caracterizada pelo foco na submissão do emissor perante aos códigos.

⁷ A análise do discurso inglesa é caracterizada pela ênfase no sujeito que se utiliza da linguagem estabelecida, mas de que de alguma maneira tem um papel ativo neste mecanismo.

requisitada nas pesquisas no campo da Comunicação Social visa obter respostas, estas provenientes do sujeito que é estudado.

Jorge Duarte (2011, p.62) estabelece a entrevista em profundidade como o procedimento metodológico que embasado em teorias definidas pelo pesquisador objetiva recolher de uma fonte suas respostas que trarão significados e subjetivações do que se busca conhecer. Em se tratando do grupo focal, Maria Eugênia Costa (2011, p.181-191) o explica como um tipo de pesquisa de natureza qualitativa que tem por precípua perceber os valores e normas que regem um grupo.

A maior busca é a de compreender e não inferir nem generalizar. Como estrutura, eles são bastante simples de organizar, mas tornam-se complexos à medida que os pesquisadores se dedicam a leituras mais profundas, ricas e complexas [...] pode gerar uma gama de informações extremamente ricas e significativas.

Em essência se apresenta como uma entrevista que agrega o coletivo, onde os pontos levantados ora parte da necessidade individual ou se concretizam em consenso do grupo.

2 – Entendendo o Sertão pela Metodologia do Trabalho “Cartografando a Comunicação Social de Santana do Piauí: Um estudo sobre as Práticas Comunicacionais Comunitárias nos Espaços Rurais e Urbanos Santanenses”

No campo da Comunicação Social, as pesquisas científicas e/ou empíricas⁸ se realizam sob os mais variados objetos de estudo, daí a necessidade e o conhecimento do pesquisador sobre qual aporte metodológico utilizar de maneira mais acertada diante desta variação. No entanto, isto não se define por um meio exato, com precisão, e sim a partir das constantes observações e intencionalidades visionadas pelo observador, ao passo que se deseja atingi-las na busca de possíveis resultados.

Jorge Duarte e Antônio Barros (2011) enfatizam que se tratando das pesquisas comunicacionais, os métodos a que se recorrem são provenientes das Ciências Sociais e Humanas, num caráter de adaptações. Isto se deve à ausência de metodologias que sejam pensadas propriamente para o âmbito da Comunicação, sobretudo para analisar seus

⁸ A pesquisa empírica tem por base a experiência, a vivência do pesquisador no campo de estudo, onde as conclusões são alcançadas por meio de sua maturidade experimental.

ambientes investigados, assim como discuti-las e entendê-las, pressupostos designados por Cicilia Peruzzo (2011, p.125) ao referenciar a pesquisa participante⁹.

Frente a estas implicações e desafios, surgem tais indagações: Como analisar comunicacionalmente espaços envoltos em características díspares, onde o mecanismo interativo com o objeto de investigação é dificultado por estes elementos? Como através do uso de recursos metodológicos cartografar a comunicação de um local? E se for este o Sertão do Piauí¹⁰? Decerto, não existem fórmulas prontas, são caminhos que se cruzam e são levantados pela percepção do pesquisador.

Edna Silva e Estera Menezes (2005) ressaltam estes caminhos que se abrem durante uma pesquisa, onde a todo o momento se põe em contato com o novo e escolhas metodológicas são realizadas para que se obtenha respostas ao problema de pesquisa. “A pesquisa é um trabalho em processo não totalmente controlável ou previsível. Adotar uma metodologia significa escolher um caminho, um percurso global, do espírito. O percurso muitas vezes requer ser reinventado a cada etapa” (SILVA; MENEZES, 2005, p.10).

Diante destas afirmações e na busca de um estudo sistemático que se volta para a realidade sertaneja do Piauí propõe-se a pesquisa intitulada “Cartografando a Comunicação Social de Santana do Piauí: Um estudo sobre as práticas comunicacionais comunitárias nos espaços rurais e urbanos santanenses”¹¹. O respectivo trabalho teve por propósito identificar e entender como é articulada a Comunicação no município de Santana do Piauí¹², e como esta é apropriada pela população no espaço rural e urbano.

Ante a este objetivo, recorreu-se analisar a comunicação santanense de maneira participativa, mergulhando na realidade destes ambientes circundados em características dissonantes, principalmente no âmbito econômico e comunicacional. Esta distinção ocorre, sobretudo, nas comunidades rurais, onde estes fatores denotam “limitações”.

Em um primeiro momento recorre-se a pesquisa participante e à pesquisa-ação na máxima de se por em contato direto com os membros e o ambiente analisado. Ainda recorrendo às ideias de Cicilia Peruzzo (2011, p.134-138), envoltas em controvérsias, a

⁹ Segundo Cicilia Peruzzo (2011) a pesquisa participante enquanto método se caracteriza pela inserção do pesquisador no seu campo de investigação, interagindo com o mesmo e por vezes se colocando no lugar de membro do grupo que se analisa.

¹⁰ Região marcada por índices de pobreza, analfabetismo e por emblemáticas características comunicacionais.

¹¹ Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, realizado pela acadêmica e formuladora deste artigo.

¹² O município de Santana do Piauí está localizado no Sertão piauiense, no Sudeste do estado, a 326 quilômetros da capital, Teresina. De acordo com estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013) o número populacional do município é de 4.522 habitantes, dentre estes uma expressiva maioria ambienta o espaço rural, que representa 66% do número total de habitantes. Santana do Piauí tem uma economia assim como os demais municípios da região sertaneja piauiense voltada para a prática da agricultura e pecuária.

pesquisa participante e a pesquisa-ação se diferenciam na profundidade da imersão do investigador e de suas relações com o objeto de estudo.

A pesquisa participante designa-se pela participação e interação direta do pesquisador com o que se estuda, uma pesquisa qualitativa e participativa por essência. Enquanto que a pesquisa-ação o grupo analisado estar ciente da pesquisa e por vezes participa diretamente no processo de sua realização.

Frente a esta metodologia, os procedimentos adotados se organizam em três etapas: aplicação de questionários de pesquisa junto aos moradores da cidade, realização de encontros de comunicação, onde temáticas que envolvem a comunicação de Santana do Piauí foram tratadas e o uso do grupo focal com líderes sociais santanenses.

2.1 Questionários de Pesquisa: retrato, diagnósticos e perfil da comunicação santanense na contemporaneidade

Uma das fases iniciais deste estudo acerca da Comunicação de Santana do Piauí recaí sobre o uso e aplicação de questionários de pesquisa junto aos moradores das pequenas comunidades rurais e urbana do município.

O respectivo procedimento tem por finalidade mapear o perfil e características da comunicação realizada e incorporada no cotidiano social da população. Entender e detectar como estes mecanismos são construídos, acontecem e se dissolvem pelo povo santanense se torna objeto de investigação.

Ante este objetivo, a pesquisa intitulada “*A percepção dos moradores nos espaços rurais e urbano de Santana do Piauí a cerca da Comunicação Social*” foi realizada no mês de janeiro do corrente ano durante o período de duas semanas consecutivas.

Mais de 70 quilômetros foram percorridos em todo o perímetro urbano e rural da cidade e totalmente feito pela autora deste trabalho. As andanças foram feitas a pé e em motocicleta. A pesquisa transcorreu inicialmente na zona rural que compreende as localidades de Alegre, Barro, Camarada, Engano 1 e 2, Lagoa dos Marcelinos, Lagoa Seca, Malhada Vermelha e Queimada da Ema, e posteriormente na zona urbana.

Em linhas gerais foram aplicados 100 questionários destinados a 100 famílias santanenses. Como critério, somente um membro da família poderia responder aos questionamentos, este seria a primeira pessoa da residência que recebesse o pesquisador. O número de cem pessoas é suficiente para trazer dados envolvendo quase 10% de toda a população do município. Neste sentido, os questionários foram distribuídos em 100

domicílios de Santana do Piauí conforme o número populacional de cada área (urbana e rural). Com isso chegou-se ao número de 60 questionários na zona rural e 40 na zona urbana, proporções medianas acerca da representatividade populacional do município¹³.

O respectivo questionário é composto por 13 perguntas relacionadas em indagações objetivas e subjetivas que correspondem ao veículo de comunicação mais consumido no município, conteúdo que desperta atenção, e questões direcionadas à comunicação local e perspectivas para expandi-la.

Em suma, a referida pesquisa oferece dados quantitativos sobre a Comunicação de Santana a partir das impressões relatadas pelos próprios moradores. Por meio desta se obtém uma mapa inicial da Comunicação diagnosticando os possíveis entraves que circundam a mesma. Este estudo somado a outros aportes metodológicos se organiza em uma pesquisa qualitativa.

2.2 O 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular no Sertão do Piauí

Em meio aos primeiros contatos e a um diagnóstico inicial da Comunicação santanense ficou latente a necessidade de um espaço para debates, de promoção e fomentação da consciência coletiva sobre a importância da Comunicação Social na cidade. A realização deste fórum se apresenta como a segunda fase do estudo sobre a comunicação de Santana do Piauí, onde as características da mesma foram postas em xeque neste encontro e discutidas junto aos participantes.

Este espaço de discussão evidenciado acima é, portanto, o 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular no Sertão do Piauí. O respectivo evento realizado em Santana do Piauí é também o primeiro encontro de comunicação já sediado na cidade. O mesmo é uma iniciativa do Projeto de Extensão Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí¹⁴.

Seguindo pela apresentação do que se concretizou o evento, este aconteceu nos dias 15 e 16 de fevereiro deste ano, na sede do projeto social Serviço de Convivência e

¹³ Segundo dados do STAB (2013) a população rural possui 2.273 habitantes, representando 64% da população total de Santana do Piauí. Enquanto que a população urbana é de 1985 habitantes.

¹⁴ Segundo relatório do Projeto de Extensão Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, o projeto de extensão percorre há mais de oito meses os municípios piauienses situados na área mais pobre do Estado – o Sertão do Piauí, com a finalidade de debater sobre Comunicação, pensando novas perspectivas comunicacionais sob as distintas realidades visitadas. O projeto é coordenado pelos professores, Evandro Alberto de Sousa, mestre em Serviço Social, docente do curso de Comunicação Social – Jornalismo – da UESPI de Picos desde 2002, hoje é diretor do Campus da UESPI de Picos, docente do quadro efetivo e pesquisador na área de cidadania, políticas públicas e rádios; e Orlando Maurício de Carvalho Berti, mestre em Comunicação Social, doutorando em Comunicação Social, docente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo – da UESPI de Teresina em 2003 que pesquisa o Sertão do Piauí. O projeto é formado por bolsistas e voluntários dos Cursos de Comunicação Social da UESPI de Picos e Teresina.

Fortalecimento de Vínculos (Projeto Fortalecer) localizado no Centro de Santana do Piauí. Durante dois dias (sábado e domingo) foi debatido junto aos participantes a realidade comunicacional da cidade, bem como mecanismos que possibilitem o desenvolvimento da comunicação local.

O público participante chegou à estimativa de 150 pessoas, entre elas, autoridades locais, jovens, representantes de movimentos sociais e religiosos, alunos da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, e Universidade Federal do Piauí – UFPI, além de membros da imprensa da região, comunicadores populares e a população em geral do município. Todos demonstraram o interesse e a atenção diante das temáticas abordadas que apresentavam estreita relação com a comunicação do município.

O 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular do Sertão do Piauí teve como dinâmica a apresentação de seis palestras ministradas pelos bolsistas, coordenadores do Projeto de Extensão, comunicadores e radialistas da imprensa regional. Uma nova abordagem testada neste evento é a realização de oficinas práticas que complementam as discussões. Estas oficinas buscam socializar de maneira prática questões que envolvam a realidade comunicacional das cidades visitadas.

Diante da pluralidade de temáticas abordadas, todas condizentes com a realidade comunicacional de Santana do Piauí. Em meio a considerável participação do público fica eminente investigar os reflexos provocados na população local a partir da realização deste Encontro de Comunicação que se constituiu como um grande fórum de debate comunitário.

2.3 Grupo Focal: diálogo e discussões com líderes sociais santanenses

A partir da realização do 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular em Santana do Piauí, novos questionamentos surgem: O que ficou do encontro? Quais as inquietações provocadas? Qual a mudança desejada na comunicação? Frente a estas perguntas que se unem ao desejo de aprofundar ainda mais este estudo tornou-se necessário recorrer à realização de um grupo focal com líderes sociais da cidade.

A aplicabilidade deste procedimento metodológico se alia à análise e reconhecimento dos reflexos e apropriações percebidas nos participantes do referido Encontro de Comunicação. A hipótese inicial é que por meio deste evento novos posicionamentos e/ou impressões fossem tomados pelos moradores da cidade. Partindo deste pensamento e para confirmar ou negar esta hipótese explica-se o uso do grupo focal.

Para tanto, foram convidados a participar desta etapa metodológica seis pessoas. Estas de faixa etária, sexo e de ocupações distintas, mas como regra básica teriam de ter participado de todos os momentos do Encontro de Comunicação, e que estivessem dispostas a dar suas opiniões. O procedimento metodológico foi então aplicado dois meses depois, precisamente no dia 06 de abril de 2014 com início às 9h da manhã e se estendo até às 11h. As discussões ocorreram na sede do espaço de debates da Câmara Municipal de Vereadores, situada no Centro de Santana do Piauí.

O grupo focal transcorreu de forma livre, onde os participantes se mostraram interessados e motivados a discutir sobre pontos chaves do 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular do Sertão do Piauí. Foram mais de três horas de intensos debates, profusões e de apresentação das necessidades que circundam a mídia local na cidade.

No entanto, para nortear a discussão foram produzidas 12 questões prévias, mas que estas poderiam ser alteradas diante dos debates. As questões esquematizadas estão relacionadas à contribuição do aparelho celular no contato entre as pessoas; como os sites locais abordam os fatos do município, e se estes retratam a realidade; o que falta na comunicação de Santana do Piauí; quais os ganhos que a instalação de uma rádio comunitária proporcionaria, e em que aspecto.

Outros questionamentos partem do aspecto de envolver a comunidade neste processo; de desencadear maior divulgação dos fatos locais, e que medidas poderiam ser adotadas neste sentido. Nestes termos, a elaboração das perguntas foi propositada para que os elementos apontados se tornem condutas e sintomas de mudanças posteriores. No entanto, novas etapas ainda devem ser superadas para que a rádio comunitária seja instalada de fato.

A interligação entre as comunidades foi também uma discussão premente tendo em vista que os entrevistados eram oriundos de comunidades rurais e da sede urbana, onde este “choque” de pensamentos seria inevitável. O consenso geral parte da contribuição possibilitada pela telefonia móvel, onde as pessoas manteriam maiores contato uns com os outros, e assim as informações são compartilhadas mais rapidamente.

3 – Lições metodológicas

Na apresentação das principais metodologias utilizadas nas pesquisas de Comunicação Social descritas no presente trabalho, na tentativa não de esgotá-las, mas de oferecer novos contornos à temática, percebe-se que cada uma de maneira particular

permite ao pesquisador alcançar de formas diversas e com maior nível de análise seus resultados. É a profundidade do que se estuda, e como este mecanismo vem a se desenvolver que a escolha por determinado método acontece. Sabe-se que o trabalho não é um tratado metodológico, mas uma reflexão metodológica de uma ideia que pode servir para outros trabalhos, inclusive para provarem que a Metodologia proposta é inadequada.

Todos estes pressupostos em sua totalidade foram validados na construção da monografia “Cartografando a Comunicação Social de Santana do Piauí: Um estudo sobre as apropriações comunicacionais comunitárias nos espaços rurais e urbanos santanenses”. O respectivo trabalho foi sendo elaborado em meio a cada procedimento metodológico, onde novos achados e a necessidade máxima de imersão no campo pesquisado se tornara latente.

A primeira escolha ainda na fase de formulação do projeto responde a aplicação de questionários junto à população do município. A definição desta etapa, apelidada em sua feitura como passo “zero” era necessária diante da preemência de se compreender a percepção comunicacional dos moradores, assim como realizar o mapeamento dos meios de comunicação consumidos no município, sobretudo porque não se havia até o momento um estudo na área. De início, obteve-se dados quantitativos que vêm a representar ante uma amostra, o perfil da Comunicação Social de Santana do Piauí.

Essa fase foi necessária porque não havia nada sistematizado e atualizado sobre a Comunicação na cidade. Esse passo foi necessário para conhecer-se uma realidade para aplicar futuras perspectivas em cima desses fatos.

De acordo com Lúcia Silva e Estera Menezes (2005, p.20) a pesquisa quantitativa se vale do uso de números para representar opiniões e informações, que depois serão analisadas e representadas estatisticamente. Embora o emprego do respectivo procedimento analítico se constitua de forma redundante como enfatiza Isaac Epstein (2011, p.25), no estudo referenciado acima se designa passo essencial para o entendimento acerca da comunicação santanense, de suas características mais particulares e singulares, envolvendo valores e significações de um povo.

Ao andamento da pesquisa, o investigador no almejo de participar e interagir de forma mais próxima com o grupo analisado recorre à pesquisa-ação¹⁵ como forma de tornar estes indivíduos pertencentes ao campo de investigação, agentes ativos no processo de trocas realizadas no trabalho. Cicilia Peruzzo (2011, p.138) ao apontar as características

¹⁵ Modalidade da pesquisa participante.

sobre a pesquisa-ação destaca um de seus elementos mais sociais e colaborativos no estudo, que é a busca por soluções que porventura o grupo analisado apresenta.

- O grupo não apenas sabe que está sendo investigado, mas também conhece os objetivos da pesquisa e participa no processo de sua realização;
- Ela implica o engajamento do pesquisador no ambiente investigado e também no envolvimento das pessoas do grupo da pesquisa. Estas participam da formulação do problema e dos objetivos, ajudam no levantamento dos dados e se envolvem na discussão dos resultados;
- A pesquisa tem o propósito de contribuir para solucionar alguma dificuldade ou um problema real do grupo pesquisado;
- Os resultados – e o próprio processo da pesquisa – revertem em benefício do grupo, pois servem de subsídios para o encaminhamento de soluções demandadas *in loco*.

Esta peculiaridade colaborativa foi reafirmada na pesquisa comunicacional de Santana do Piauí, onde os membros interagiram diretamente e propuseram soluções para o mecanismo de interlocução entre os moradores das comunidades, especialmente pelos seus anseios como aquisição de meios próprios de comunicação.

A participação ocorreu de forma efetiva no 7º Encontro de Comunicação Comunitária e Popular realizado na cidade, onde os participantes teceram discussões importantes e se mostraram sábios de uma realidade que não contempla e satisfaz a todos. Houve uma participação representativa de diversos setores sociais e dos movimentos populares do município.

Outro momento de grande interação com o público estudado se desencadeou na realização do grupo focal com líderes sociais santanenses. A utilização deste método demonstrou a consciência coletiva dos membros diante do que ainda pode ser feito para ampliar a comunicação local. Os participantes em diálogo ressaltaram a necessidade da participação ativa da comunidade no processo de Comunicação. Daí percebe-se o mecanismo interativo com a situação que se analisa, pois na referida sessão os indivíduos que representam a comunidade puderam de fato ser ouvidos e apresentar suas inquietações.

Marcia Westpltal, Claudia Bógus e Mara de Mello Faria (1996,) destacam a importância do grupo focal, e como este denota práticas socializantes e coletivas que proporcionam maior interpretação dos elementos subjetivos. “A utilização de sessões de grupo como técnica de pesquisa é recomendada pela maior possibilidade que oferece para se pensar coletivamente [...] pressupondo percepções, atitudes, opiniões e representações [...]” (WESTPLTAL; BÓGUS; FARIA, 1996, p.473).

A partir de tais metodologias aplicadas compreende-se que o papel a ser desempenhado pelo pesquisador carece de maior intervenção social, de se estar em contato direto com o objeto, e com este manter relações interativas e de trocas. Assim sendo, torna-se indispensável que o investigador ultrapasse as “fronteiras” entre o mundo teórico e o prático, e passe a desenvolver uma ciência mais humanizada envolta e repleta de símbolos e valores inerentes a sociedade.

Este pensamento trouxe reflexos sobre o respectivo estudo, onde se teve um direcionamento mais social e cooperante, visando trazer contribuições concretas para as articulações comunicacionais que virão a ser pensadas e instituídas no município de Santana do Piauí visando o comunitário.

Considerações Finais

As pesquisas no campo da Comunicação Social têm se voltado em grande parte para a análise de veículos de comunicação e seus produtos jornalísticos ou então para suas respectivas perspectivas subjetivas.

Outros fenômenos que implicam práticas comunicacionais que foquem no ser social, no receptor, ainda necessitam de maior incentivo e impulsividade pela Academia e por parte dos próprios pesquisadores, apesar de sinais promissores de uma abertura que vem se intensificando. Fatores estes que merecem ser profundamente discutidos em futuros trabalhos.

É primordial que os estudos se direcionem para as realidades que nos são conhecidas, para vossos “quintais” e que provoquem inquietações não somente nos pesquisadores, mas na própria sociedade. Isto não é utopia ao passo que muitas pesquisas se propõem a este objetivo. No entanto, muito destas intencionalidades se esbarram na adoção das metodologias que nem sempre são racionalizadas para tal fim.

Comumente o que se tem percebido nos trabalhos em Comunicação é uma buca por estudos qualitativos, pela qualidade e cientifização dos resultados, e que conseqüentemente estes se afirmem em contributos para o campo de investigação, uma das premissas básicas da Ciência.

O direcionamento do respectivo trabalho científico é suscitar, de maneira modesta e também sábia das limitações de um trabalho oriundo de um TCC, que procedimentos metodológicos de natureza prática e socializante sejam pensados para os mais variados espaços geográficos, sobretudo as pequenas comunidades que agregam tônicas e

características variantes. É necessário que estes ambientes sejam estudados levando em consideração seus aspectos mais singulares.

Outra lição é tida via necessidade de se ousar. O estudo e as ideias aqui apresentadas não se cessam. Mensalmente há uma cobrança da população da cidade sertaneja de Santana do Piauí em mais resultados, pois criou-se um sentimento de curiosidade e de interação.

O trabalho também suscitou novas discussões em diversas universidades do Piauí.

Espera-se melhorar a ideia e leva-la, para evolui-la teórica, empírica e metodologicamente em uma pesquisa de Pós-graduação *Stricto Sensu*.

Referências

BARROS; Antonio; DUARTE; Jorge (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

BÓGUS, Claudia Maria; FARIA, Mara de Melo; WESTPLTAL, Marcia Faria. **Grupos focais: experiências percussoras em programas educativos em saúde no Brasil**. Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana, Washington – EUA, nº 120, v.6, p.472-482, 1996. Disponível em: <<http://hist.library.paho.org/spanish/bol/v120n6p472.pdf>>. Acesso em: 23.mai.2014.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. **Grupo Focal**. IN: DUARTE; Jorge; BARROS; Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

COUTINHO, Clara Pereira. **Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas – Teoria e Prática**. Coimbra: Almedina. 2014.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. IN: DUARTE; Jorge; BARROS; Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

EPSTEIN, Isaac. **Ciência, poder e comunicação**. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

MANHÃES, Eduardo. **Análise do Discurso**. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília – ucb, Pró-Reitoria de Pós-Graduação – PRPG - Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação, 2003. http://ftp.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/1370886616.pdf>. Acesso em: 21.jun.2014.

PERUZZO, Cicilia. **Observação participante e pesquisa-ação**. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Revista Atual. Florianópolis: UFSC, Revista Atual, 4 ed. 2005. 138p.

STUMPF, Ida Regina. **Pesquisa bibliográfica**. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.