**Do interior ao centro urbano: Semelhanças e diferenças da comunicação Picoense[[1]](#footnote-2)**

**Resumo**

Este artigo tem como objetivo principal identificar as formas de comunicação mais utilizadas pelos moradores da cidade de Picos, procurando atingir os diversos bairros da cidade, independente de se localizarem na zona urbana ou rural, no sentido da busca e troca de informações acerca das notícias das comunidades e da região. Para tanto, inicialmente, discutimos acerca dos principais tipos de comunicação, com base em autores e pensadores da área. Então, chegamos à pesquisa de campo, onde utilizamos da técnica da pesquisa de opinião, que também é conhecida como entrevista estruturada. Com a aplicação do questionário constatamos que tanto a zona urbana quanto a rural comunga de algumas semelhanças condicionais como também de algumas diferenças.

**Palavras-chave:** Comunicação comunitária; Picos; Opinião; Comunidade

**Introdução**

A comunicação está inserida no nosso meio de forma tão naturalizada, que pode até acabar passando despercebida, pois praticamos esse ato todos os dias, em situações em que nos tornamos emissores e receptores de informações transmitidas por um determinado canal. Cada pessoa ou grupo tem seu modo de se comunicar, fazendo uso de meios e de formas diferentes para esse fim.

A comunicação foi o canal pelo qual os padrões de vida de sua cultura foram-lhes transmitidos, pelo qual aprendeu a ser “membro” de sua sociedade – de sua família, de seu grupo de amigos, de sua vizinhança, de sua nação. (BORDENAVE; 2005, p. 17).

O líder de opinião tem como papel primordial na decodificação das mensagens dentro de cada grupo em suas comunidades. Absorvem as informações nos grandes veículos de comunicação e repassam de forma mais clara e na linguagem de cada grupo e influenciam os mesmos em suas opiniões.

A sociedade vive a era da comunicação e da informação, e faz uso desse recurso a todo instante, seja por meio da comunicação interpessoal, a famosa boca a boca, seja fazendo uso de meios de comunicação para mediá-la. Assim, consideramos que não existe sociedade sem comunicação, não existe interação social sem comunicação.

Dessa forma, entendemos que existem diversas formas de comunicação e propomos, neste trabalho, discutir sobre a comunicação interpessoal, popular, alternativa, comunitária e massiva, levantando ponderações sobre os conceitos de cada uma até, posteriormente chegar ao nosso objeto.

Propomos estudar aspectos comunicacionais da cidade de Picos, no Piauí, tomando como amostra para aplicação dos questionários da pesquisa de opinião nos bairros urbanos e rurais da cidade. Portanto, realizamos um mapeamento na tentativa de levantar se existe algum meio de comunicação próprio de cada comunidade.

Objetivamos, portanto, de forma geral, analisar a comunicação dos bairros de Picos, fazendo uma comparação das localidades urbanas e rurais. De maneira específica, queremos descobrir os meios de comunicação que os moradores utilizam para suprirem suas necessidades de informação; Descobrir se as pessoas sabem o conceito de comunicação comunitária e se nas localidades existem algum meio de comunicação comunitário, ou seja, utilizado pelos próprios moradores de cada bairro, e que tenha a função de informar sobre assuntos relevantes; Quais as diferenças comunicacionais da zona rural pra o meio urbano na cidade de Picos.

O método abordado no estudo será a pesquisa de opinião, que será aplicada por meio de questionários a 50 moradores dos diversos bairros de Picos, tanto da, zona rural, como nos meios urbanos da cidade, e de forma aleatória, com todas as faixas etárias. Não selecionaremos uma quantidade X de pessoas por cada bairro, será de forma espontânea. Serão apresentados no questionário sugestões, como também espaços em aberto, para que o entrevistado possa expressar sua opinião que não esteja contida diretamente no formulário.

“A metodologia utilizada para esta coleta inicial é a entrevista individual ou em grupo; sua natureza deve ser semi-estruturada ou, até mesmo, não estruturada, pois, além da direção que se pretende dar ao estudo, é importante estar aberto para novas possibilidades que o próprio público vai apresentar”. (DUARTE; BARROS, 2006, p 169)

Esse método é utilizado em vários âmbitos da sociedade, não só no meio acadêmico, como também, na política para descobrir intenções de votos de eleitores, também encontramos pesquisas de qualidade de produtos e serviços oferecidos pelo mercado, dentre outros quesitos.

“A pesquisa de opinião tem se mostrado instrumento tão valioso para a sociedade contemporânea, que, muitas vezes, deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública” (DUARTE; BARROS, 2006 pag. 164)

A pesquisa será de caráter, qualitativa e quantitativa, pois iremos trabalhar tanto com números dos questionários, quanto a qualidade das informações apuradas e transmitidas por meio das entrevistas, desde aspectos positivos e negativos dos meios de comunicação, aos quais os moradores têm acesso.

“Um estudo poderá incluir abordagens qualitativas e quantitativas em diferentes fases do processo de pesquisa sem concentrar-se necessariamente na redução de uma delas a uma categoria inferior ou em definir a outra como sendo a verdadeira abordagem da pesquisa.’’ (FLICK, 2009 p 43).

A motivação para realizar esse estudo se dá pelo fato de dar continuidade aos estudos de comunicação comunitária, seguindo uma mesma linha de pesquisa adotada em outro artigo de opinião já produzido. Observamos de forma empírica os bairros de Picos e nos foi despertada a curiosidade de saber como essas pessoas se relacionam e se comunicam sobre informações gerais e do povoado

**Tipos de Comunicação**

A comunicação está nas coisas mais simples, nos acontecimentos diários, formal ou informal, direta ou indireta. Seja através de um sorriso, um abraço ou um aperto de mão, sentimentos e informações são transmitidos em forma de gestos, portanto, notamos que a comunicação pode ser verbal e não-verbal, a partir dos estímulos do corpo vistos e compreendidos. Como diz Bordenave (2005, p. 50), “é impossível não comunicar”.

Notamos que há diversas possibilidades de estabelecer comunicação com o outro ou os outros, por isso, propomos, neste trabalho, discutir sobre a comunicação interpessoal, popular, alternativa, comunitária e massiva para compreendermos melhor acerca dos tipos de comunicação.

A comunicação interpessoal busca formar correntes de pensamento entre as pessoas, uma atividade que envolve uma dinamicidade entre as mesmas, na prática da troca de conhecimento e experiências já vividas, com o objetivo de influenciar as atitudes e a formação de pensamentos críticos. De acordo com Mendes e Juqueira:

A palavra comunicação significa tornar comum, trocar informações, partilhar ideias, sentimentos, experiências, crenças e valores, por meio de gestos, atos, palavras, figuras, imagens, símbolos etc. Comunicar tem o sentido de participar e estabelecer contato com alguém num intercâmbio dinâmico e interativo. (MENDES; JUNQUEIRA, 1999, p. 34).

Dentre as formas de comunicação destacamos popular. Segundo Peruzzo (1998) ela pode ser denominada alternativa, participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica e radical, pois se trata de um “processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social” (PERUZZO, 1998, p.120). Assim, precisamos deixar claro:

Quando se fala em comunicação popular, parece claro, á primeira vista, que se trata de uma comunicação do povo. Mas o adjetivo “popular” abrange uma multiplicidade de significados diferentes, sendo consensual apenas que tem a ver com o “povo” (PERUZZO, 1998, p. 116).

Para Peruzzo (1998) falar de comunicação popular também envolve conotações diversas, destacando-se, a nosso ver, três correntes de estudo. A primeira delas se refere ao p*opular-folclórico,* pois o popular abarca o universo das expressões culturais tradicionais e genuínas do “povo”, presentes em manifestações folclóricas, festas, ritos, crenças, costumes, objetos.

Outra corrente é chamada pela mesma autora de *popular*-*massivo,* nas apropriações e incorporações das linguagens, da religiosidade e de outras características da cultura pelos meios de comunicação de massa, assim como nos meios massivos de elevado poder de penetração, influência e aceitação; em programas massivos sintonizados com as problemáticas de bairro ou comunitárias, entendidas como de utilidade pública, quanto a questões que afetam interesses comuns a determinados grupos de pessoas.

Por fim, Peruzzo (1998) coloca o *popular*-*alternativo*, que se situa no universo dos movimentos sociais, ligada à luta do povo por melhores condições de existência e pela sua emancipação, mediante movimentos de base organizados.

Peruzzo (1998), fala que alguns autores têm chamado a “comunicação popular” de alternativa, uma vez que, a comunicação popular se envolve com uma série de sinônimos: comunitária, participativa, horizontal, dialógica. Assim, percebe-se a alternatividade que existe na comunicação popular, já que são envolvidos e discutidos diversos assuntos por diversos parâmetros.

Eram publicações de caráter cultural, político e expressavam interesses da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia. Eram espaços nos quais grupos de oposições em frentes políticas emitiam uma corajosa condenação ao regime político (PERUZZO, 1998, p.120).

A comunicação alternativa tem como propósito buscar a independência de informações e expressões produzidas pela comunidade, para dar vez e voz aos desfavorecidos e marginalizados, para que as pessoas de uma determinada localidade possam salientar seus problemas em busca de possíveis soluções através de todos os meios de comunicação, não só os mais tradicionais e mais usados na região, contribuindo assim na construção e transformação social.

Os jornais do interior têm, ainda, uma importante e exclusiva missão: registrar a história social, política e econômica das cidades e de seus líderes, pois dificilmente os grandes jornais terão espaço para publicarem os acontecimentos sociais de cada município (DORNELLES, 2004, p.135).

Para Dornelles (2004), a comunicação alternativa exerce o papel de desenvolver meios de comunicação que sejam eficazes para determinadas comunidades, com o intuito de que as notícias cheguem de forma clara e que atenda todo o público alvo em questão. Deve ser transmitida de uma maneira mais simples, na linguagem da comunidade, para que se torne mais fácil a compreensão e interpretação da mensagem.

Por outro lado, estamos rodeados pelos meios de comunicação de massa, especialmente no meio urbano com um pouco mais de frequência, mas também as áreas rurais atingidas por esses meios de comunicação, que atuam no processo de massificação, formando opiniões e informando diversas pessoas.

Segundo, Beltrão e Quirino (1986) a comunicação massiva é a nossa principal fornecedora de ideias, é por meio dela que adquirimos nossas informações de acordo com determinados valores diferenciados e dispersos que constituem a sociedade, dando rumo a diversos pontos de vistas e opiniões.

“Quando perguntamos o que é imprensa comunitária, os proprietários de jornais respondem: É um fazer jornalístico voltado para a comunidade. Definição muito simplória”. (DORNELLES, 2004, p.131) O jornalismo comunitário deve existir em todo meio, não importa se o local é urbano ou rural, a única exigência é que exista uma COMUNIDADE, onde diversas pessoas comunguem dos mesmos problemas e aspirações que se transformem em acontecimentos jornalísticos que sejam dos seus interesses.

“Um melhor conhecimento da comunicação pode contribuir para que muitas pessoas adotem uma posição mais crítica e exigente em relação ao que deveria ser comunicação na SUA sociedade”. (BONDENAVE, 2005, p.10)

É importante que a comunidade conheça as necessidades em que as mesmas possuem, a comunicação está inserida nas mais variadas formas, seja numa simples conversa, seja num grande programa de televisão. Saber se comunicar, se expressar, agir e falar é essencial para que haja uma boa compreensão e um bom entendimento entre duas ou mais pessoas, tornando-os pensadores críticos, capazes de expressar e ouvir opiniões.

**Pesquisa de Opinião**

A aplicação de questionários aconteceu entre os dias 30 de novembro a 07 de dezembro de 2017. Ao todo aplicamos as perguntas a pessoas de 20 bairros e comunidades diferentes, sendo que 11 localidades eram urbanas e 9 rurais, tendo algumas regiões, mais de um entrevistado por bairro.

**Zona Urbana**

Ao analisarmos os questionários referentes a zona urbana, foi perguntado qual o meio de comunicação que eles mais utilizam para se informar das notícias da cidade de Picos. Com a apuração das respostas concluímos que na zona urbana em relação as notícias de Picos de forma geral os moradores dos bairros buscam a informação com maior frequência pela internet, em portais de notícias e redes sociais, em segundo lugar o meio mais votado foi o rádio e por terceiro a comunicação boca a boca existentes em cada bairro.

*(Gráfico I: Notícias de Picos – Zona Urbana)*

Buscamos saber sobre a atuação dos líderes comunitários em cada bairro, e questionamos as pessoas da zona urbana se existiam essas pessoas responsáveis de passar informações para os moradores, e constatamos que a grande maioria afirma que não existem ou desconhecem a presença desses líderes de opinião nos bairros urbanos.

*(Gráfico II: Líderes de Opinião – Zona Urbana)*

No quesito de divulgação de notícias dos seus bairros, pelos meios de comunicação de Picos, Concluímos que os moradores da zona urbana de Picos se informam das notícias que acontecem em seus bairros também principalmente por meio da internet, com o uso de seus celulares, através de aplicativos de redes sociais e pelos portais de notícias. Em segundo lugar os moradores buscam informações de seus bairros por meio das tradicionais rodas de conversas.

*(Gráfico III: Notícias de Picos – Zona Urbana)*

**Zona Rural**

Ao aplicarmos o questionário para os moradores da zona rural de Picos podemos notar que existem divergências de opiniões em alguns quesitos questionados, porém em outros encontramos semelhanças que é o caso de como eles fazem para se informar das notícias que acontecem na cidade de Picos. Também acreditam que a internet é a melhor plataforma para suprirem suas necessidades comunicacionais acerca da cidade de Picos. Já em segundo lugar os moradores da zona rural votaram na opção televisão, o que concluímos que as pessoas destas localidades assistem mais a programação de telejornal local de que as da zona urbana.

*(Gráfico IV: Notícias de Picos – Zona Rural)*

Os moradores da zona rural, também exporão suas opiniões a respeito da possível existência ou não de meios de comunicação comunitários em seus bairros, a grande maioria relatou que não existem esses meios que trabalham com a comunicação voltada somente para os bairros e ainda afirmam em outro questionamento que se faz necessários que as comunidades possuam o seu próprio meio de comunicação comunitário. Também destacam por meio de suas votações que a presença dos líderes de opinião dentro dos bairros é assídua e que participam bastante desse suprimento de informações a respeito do que acontece dentro das comunidades.

*(Gráfico V: Meio de Comunicação Comunitário – Zona Rural)*

Na busca, pelas informações da comunidade os moradores votaram bem parecido, com as pessoas residentes da zona urbana, pois afirmam no questionário que para ficarem sabendo das notícias que acontecem nos próprios bairros em que residem da zona rural, utilizam-se da internet como o principal meio de busca, com o uso de aplicativos de bate papo, como WhatsApp, e por meio de portais de notícias. E também o segundo mais votado foram as rodas de conversas existentes em cada localidade, e por terceiro o rádio, o que muitos pensavam empiricamente que na zona rural esse meio de comunicação estaria em primeiro lugar como o mais utilizado pelos moradores.

*(Gráfico VI: Notícias do Bairro – Zona Rural)*

Depois de analisar de forma específica, juntamos ambas as porcentagens para descobrir de fato, quais os meios mais acessados pelos moradores de Picos, de forma geral, ou seja, tanto da zona urbana como rural, para descobrirmos, quais os meios de comunicação que as pessoas mais utilizam, para saber das notícias de sua cidade.

*(Gráfico VII: Notícias de Picos – Zona Rural e Urbana)*

**Considerações**

O tema escolhido para pesquisa, Do interior ao centro urbano: Semelhanças e diferenças da comunicação Picoense**,** foi escolhidoapós a produção de um artigo feito anteriormente conforme a mesma linha de raciocínio que tinha como intuito analisar os desafios da comunicação do povoado Umari, diante disso nos despertou a curiosidade de ir a fundo em relação a comunicação na cidade de Picos como um todo, para que possamos perceber quais meios e quais desafios estão presentes nos variados bairros.

Utilizamos do método da pesquisa de opinião e fizemos um mapeamento em alguns pontos mais movimentados da cidade, aplicando um questionário ao públicode forma aleatória e das mais diversas idades, jovens, adultos e idosos, para desse modo analisarmos as várias visões a respeito da comunicação presente na cidade.

Observamos que os tipos de comunicação apresentados nas análises, estão inseridos no meio, porém nem todas as pessoas tem acesso às mesmas fontes e não existe uma opinião centralizada a respeito dos meios de comunicação buscados pelas pessoas, para suprirem suas necessidades comunicacionais.

Nos resultados pode-se perceber que existem várias semelhanças em relação a zona rural e a urbana, principalmente no quesito “Internet”, pois foi onde houve uma maior porcentagem. Em relação a um meio próprio da comunidade foi analisado que em boa parte dos bairros da cidade de Picos não existe um meio de comunicação próprio, e muitos dos moradores acham que seria de grande importância a existência de um meio para suprir as necessidades presentes no bairro, como também tratar de assuntos próprios da comunidade.

Conforme o questionário foi percebido que os líderes de opinião estão presentes principalmente na zona rural, que são nomeados como agentes de saúde, associação de moradores, reunião em igrejas, etc. A grande maioria dos moradores zona urbana falam que desconhece a presença de líderes de opinião nos seus bairros.

**Referencial Bibliográfico**

FLICK, Uwe. *Introdução à pesquisa qualitativa.* 3.ed – Porto Alegre : Artmed, 2009.

PERUZZO**,** Cicilia Maria Krohling**.** *Comunicação nos movimentos populares:* ***a participação na construção a cidadania*** / – Petrópolis RJ: Vozes, 1998.

BELTRÃO, Newton de Oliveira. *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa* /. –São Paulo: Summus, 1986

BORDENAVE,Juan E. Diaz.*O que é comunicação* /-30ª reimpr. Da 1ª.ed. de 1982 São Paulo: Brasiliense, 2005.-( Coleção primeiros passos;67).

DORNELLES, Beatriz. *Jornalismo “comunitário” em cidades do interior-* ***uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização****, edição e opinião dos leitores./* -Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2004.

1. [↑](#footnote-ref-2)