

# Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 - Trabalho de Campo na Pesquisa Social: Seridó Potiguar/1980 (Estudo de Caso).....</b>	<b>7</b>
1.1 Estratégia metodológica: O estudo de caso, a entrevista semiestruturada e a fonte oral.....	7
1.2 Seridó potiguar: contextualização regional .....	12
1.3 Investigação documental: Fontes quantitativas e qualitativas.....	19
1.4. A Inserção do pesquisador no Seridó: Canais de acesso .....	23
1.4.1 Guia do trabalho de campo: Oficial de justiça do cartório eleitoral .....	25
1.5. Trabalho de campo: Caicó e Currais Novos .....	27
1.5.1 Caicó: Primeira sede do trabalho de campo.....	29
1.5.2 Currais Novos: Segunda sede do trabalho de campo. ....	30
1.6. Mestrado na Sociologia/Unicamp (1983): “ <i>Laboratório social de criatividade</i> ” .....	31
1.7. Doutorado na Sociologia da UnB (1989): Processo investigativo no “ <i>Anonimato</i> ”.....	38
1.8 Força política regional: Alianças nas famílias tradicionais.....	45
1.8.1 “Facção do Seridó”: Juvenal Lamartine de Faria .....	51
<b>Capítulo 2 - O Procedimento Técnico: A Entrevista Semiestruturada ....</b>	<b>55</b>
2.1. A Entrevista semiestruturada: As Temáticas investigadas .....	56
2.2 A Intermediação tecnológica: O Instrumento de gravação sonora. ....	62
2.3. Resistência no testemunho oral: Superação com a temática da seca.....	64
2.4 Identidade social do memorialista seridoense: Mapeamento tipológico ....	65

<b>Capítulo 3 - Estratégia Interpretativa na Pesquisa Social: Códigos Culturais X Relações de Poder.....</b>	<b>77</b>
3.1 A Interação social na entrevista: A Comunicação oral como canal privilegiado. .....	78
3.2. Testemunhantes seridoenses do Século XIX: “ <i>Lealdade</i> ” ao coronel. ...	79
3.2.1 Testemunhos do coronelismo: Lealdade ao coronel.....	127
3.3 Memorialistas seridoenses do Século XIX <sup>1</sup> : “ <i>Estratégia</i> ” de articulação política.....	128
3.3.1 “ <i>Estratégia</i> ” da articulação política: <i>Criação do eleitor cativo</i> ...	153
3.4 Memorialistas seridoenses do Século XX <sup>2</sup> : “ <i>Favor</i> ” como arrumação. ...	154
3.4.1 “ <i>Favor</i> ” como “arrumação”: Representação da compra do voto. ....	185
3.5 Evolução histórica da participação da massa votante: <i>Lealdade, eleitor cativo e favor.</i> .....	187
Conclusão .....	193
Referências .....	199