

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO A PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

**AS INSTITUIÇÕES E AGENTES FORMADORES DE OPINIÃO EM
PARINTINS**

Bolsista: Juliana Cristina da Silva Ferreira, UFAM/CNPQ

PARINTINS
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO A PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

RELATÓRIO FINAL

PIB-SA/0060/2012

AS INSTITUIÇÕES E AGENTES FORMADORES DE OPINIÃO EM
PARINTINS

Bolsista: Juliana Cristina da Silva Ferreira, UFAM/CNPQ

Orientador: Prof. Dr. Antônio Heriberto Catalão Junior

PARINTINS
2013

Todos os direitos deste relatório são reservados à Universidade Federal do Amazonas, ao Núcleo de Estudo e Pesquisa em Ciência da Informação e aos seus autores. Parte deste relatório só poderá ser reproduzida para fins acadêmicos ou científicos.

Esta pesquisa foi financiada pela Universidade Federal do Amazonas – UFAM, e posteriormente pelo CNPQ, através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da UFAM.

RESUMO

Este trabalho é o resultado final de uma pesquisa, cujo objetivo geral é caracterizar os principais formadores de opinião pública no município de Parintins. O estudo também pretende indicar, de acordo com a indicação dos entrevistados, os principais formadores de opinião no município, e as instituições mais e menos credíveis de Parintins. A teoria que permeia este estudo é Duplo Fluxo Comunicacional, fundada por Paul Lazarsfeld. A pesquisa é de caráter quantitativo foram aplicados 100 questionários, o procedimento metodológico utilizado é dividido em três etapas, a primeira é o levantamento bibliográfico, utilizada durante toda pesquisa. A segunda é de aplicação dos questionários com todos os líderes de opinião das seguintes categorias: religioso, político, movimentos sociais, empresarial e universitário, etapa em que o projeto se encontra. E posteriormente de análise dos dados colhidos com a pesquisa de campo. Os resultados globais apontam que os maiores líderes de Parintins; são políticos, comunicadores, bispo, promotor e empresária. As instituições com maior credibilidades são: universidades, igrejas, movimentos sociais e imprensa. Com menor credibilidade são: câmara dos vereadores, partidos políticos, associações folclóricas e imprensa.

ABSTRACT

This work is the outcome of a survey, whose general objective is to characterize the main shapers of public opinion in the city of Parintins. The study also intended to indicate, according to the statement of respondents, key opinion leaders in the county, and institutions more credible and less Parintins. The theory that permeates this study is Communicational Double Flow, founded by Paul Lazarsfeld. The research is a quantitative 100 questionnaires were applied, the methodological procedure is divided into three stages, the first is the literature, used throughout research. The second is the application of questionnaires to all opinion leaders in the following categories: religious, political, social movements, business and university stage where the project is located. And later analysis of the data collected with the field research. The overall results indicate that the greatest leaders of Parintins, are politicians, communicators, Bishop, promoter and entrepreneur. Institutions with greater credibilities are: universities, churches, social movements and the media. With less credibility are: the city council, political parties, associations and media folk.

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Perfil-socioeconômico dos líderes empresariais.....	27
Gráfico 2: Perfil-socioeconômico dos líderes dos movimentos sociais.....	24
Gráfico 3: Perfil-socioeconômico dos líderes dos líderes religiosos.....	29
Gráfico 4: Perfil-socioeconômico dos líderes universitários.....	31
Gráfico 5: Perfil-socioeconômico dos líderes dos políticos.....	33
Gráfico 6: Perfil-socioeconômico dos profissionais da imprensa.....	35
Gráfico 7: Resultado global dos líderes de opinião.....	38
Gráfico 8: Resultado específico dos líderes empresariais.....	45
Gráfico 9: Resultado específico dos líderes dos movimentos sociais.....	45
Gráfico 10: Resultado específico dos líderes religiosos.....	46
Gráfico 11: Resultado específico dos líderes universitários.....	48
Gráfico 12: Resultado específico dos líderes políticos.....	49
Gráfico 13: Resultado específico dos profissionais da imprensa.....	50
Gráfico 14: Resultado global das instituições de maior credibilidade.....	52
Gráfico 15: Instituições de maior credibilidade dos líderes empresariais.....	57
Gráfico 16: Instituições de maior credibilidade dos líderes dos movimentos sociais.....	57
Gráfico 17: Instituições de maior credibilidade dos líderes religiosos.....	57
Gráfico 18: Instituições de maior credibilidade dos líderes universitários.....	59
Gráfico 19: Instituições de maior credibilidade dos líderes políticos.....	59
Gráfico 20: Instituições de maior credibilidade dos profissionais da imprensa.....	60
Gráfico 21: Resultado global das instituições de menor credibilidade.....	60
Gráfico 22: Instituições de menor credibilidade dos líderes empresariais.....	65
Gráfico 23: Instituições de menor credibilidade dos líderes dos movimentos sociais.....	65
Gráfico 24: Instituições de menor credibilidade dos líderes religiosos.....	66
Gráfico 25: Instituições de menor credibilidade dos líderes universitários.....	67
Gráfico 26: Instituições de menor credibilidade dos líderes políticos.....	68
Gráfico 27: Instituições de menor credibilidade dos profissionais da imprensa.....	68

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
1.1 Teoria do duplo fluxo comunicacional	11
5.2 Líderes de Opinião	13
1.2.1 Tipos de Líderes	14
1.3 Níveis de Comunicação	15
1.3.1 Comunicação Intrapessoal	15
1.3.2 Comunicação Interpessoal	16
1.3.3 Comunicação Grupal	17
1.3.4 Comunicação Coletiva	17
1.4 As organizações como meio de influência	18
1.5 Opinião Pública.....	19
2.FUNDAÇÃO METODOLÓGICA	21
3. CARACTERIZAÇÃO DOS LÍDERES DE OPINIÃO.....	24
3.1Característica dos líderes empresariais.....	24
3.2Característica dos líderes dos movimentos sociais.....	25
3.3Característica dos líderes religiosos.....	28
3.4Característica dos líderes universitários.....	30
3.5Característica dos líderes políticos.....	32
3.6Característica dos profissionais da imprensa.....	34
4. OS FORMADORES DE OPINIÃO DE PARINTINS.....	37
4.1 Resultados Globais.....	37
1.1 Bispo Dom Giuliano.....	38
4.1.2 Prefeito e ex-prefeito.....	39
4.1.3 Comunicadores.....	41
4.1.4 Promotor do Ministério Público.....	43
4.1.5 Empresária.....	44
4.2 Resultados Específicos.....	45
4.2.1 Especificidades dos Líderes Empresariais.....	46
4.2.2 Especificidades dos Líderes dos Movimentos Sociais.....	46
4.2.3 Especificidades dos Líderes Religiosos.....	46
4.2.4 Especificidades dos Líderes Universitários.....	48
4.2.5 Especificidades dos Líderes Políticos.....	49
4.2.6 Especificidades dos Profissionais da Imprensa.....	50
5. INSTITUIÇÕES DE MAIOR E MENOR CREDIBILIDADE.....	52
5.1 Resultados Globais das Instituições de Maior Credibilidade.....	52
5.1.1 Universidade.....	52
5.1.2 Igreja.....	53
5.1.3 Imprensa.....	55
5.1.4 Organizações Sociais.....	56
5.2 Resultados Específicos das Instituições de Maior Credibilidade.....	56
5.2.1 Instituições de Maior Credibilidade dos Líderes Empresariais.....	57
5.2.2 Instituições de Maior Credibilidade dos Líderes de Movimentos Sociais.....	57

5.2.3 Instituições de Maior Credibilidade dos Líderes Religiosos.....	58
5.2.4 Instituições de Maior Credibilidade dos Líderes Universitários.....	59
5.2.5 Instituições de Maior Credibilidade dos Líderes Políticos.....	60
5.2.6 Instituições de Maior Credibilidade dos Profissionais da Imprensa.....	60
5.3. Instituições de Menor Credibilidade.....	60
5.3.1 Resultados Globais das Instituições de Menor Credibilidade	61
5.3.1 Câmara dos Vereadores.....	61
5.3.2 Partidos Políticos.....	60
5.3.3 Imprensa.....	62
5.3.4 Associações Folclóricas	64
5.4 Resultados Específicos das Instituições de Menor Credibilidade.....	65
5.4.1 Instituições de Menor Credibilidade dos Líderes Empresariais.....	65
5.4.2 Instituições de Menor Credibilidade dos Líderes dos Movimentos Sociais.....	65
5.3.3 Instituições de Menor Credibilidade dos Líderes Religiosos.....	66
5.4.4 Instituições de Menor Credibilidade dos Líderes Universitários.....	68
5.4.5 Instituições de Menor Credibilidade dos Líderes Políticos.....	69
5.4.6 Instituições de Menor Credibilidade dos Profissionais da Imprensa.....	69
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
7. REFERÊNCIAS	73
8.CRONOGRAMA.....	76
9. ANEXO.....	77

INTRODUÇÃO

Parintins é um município brasileiro localizado no interior do Estado do Amazonas, distante cerca de 420 quilômetros de sua capital, Manaus. Segundo dados do último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, sua população é de 102.066 habitantes (IBGE, 2010), figurando como o segundo município mais populoso do Estado. Atualmente a rede de comunicação midiática é composta por quatro rádios, seis jornais impressos de periodicidade diária ou semanal, dois sites de notícia, um blog e uma transmissora de televisão local. A influência dos formais meios de comunicação¹ existe no município, entretanto, há outros caminhos de influência que contribuem com a formação da opinião pública, como os líderes de opinião.

Assim como outras cidades interioranas, Parintins não conta com tantas mídias e esta particularidade possibilita a influência dos líderes de opinião junto à população, atuando em diversos setores da sociedade. Esta pesquisa é pioneira no município e a partir dos resultados obtidos pretende-se criar um caminho de orientação para futuras ações de comunicação, tendo em vista as peculiaridades e as dinâmicas dos públicos-alvo específicos, por meio dos quais os agentes e organizações exercem sua influência sobre tais públicos.

O primeiro estudo sobre os líderes de opinião como canais de influência surgiu com Paul Lazarf em 1944, nos Estados Unidos. O pesquisador percebeu que além dos meios de comunicação, havia outros canais de influência como o face a face, e que esses exerciam uma influência muito maior.

As pesquisas científicas de caráter universitário, realizadas no EUA e em outros países, destruíram o mito de que os meios de massa eram todopoderosos e exerciam influência decisiva direta na aceitação de novas ideias. Mostraram que, quase sempre, reclamavam uma intermediação individual ou grupal para produção de efeitos. (BELTRÃO, 1980, p.22)

Mario Wolf (2003), afirma que é dentro do contexto social, das relações sociais que os líderes partilham atitudes com outros membros.

A natureza da influência interpessoal, que é diferente da influência interpessoal dos *mass media*, motiva a sua eficácia que resulta do facto de estar inextricavelmente ligada à vida do grupo social e nela enraizada (...) aqueles que se revelam mais indecisos nas suas atitudes de voto são também os que se expõem menos à campanha dos *mass media*, os contatos pessoais são mais eficazes do que os *mass media*, precisamente porque podem atingir mesmo aqueles que, potencialmente, estão mais predispostos a mudar de atitude. (WOLF, 2003 p.49)

1. Formais de comunicação é expressão utilizada por Paul Lazarsfeld ao se referir aos meios de comunicação, que hoje se configuram em rádio, televisão, internet, jornais impressos e revistas.

É dentro dos níveis de comunicação interpessoal que os líderes exercem, em maior grau, a sua influência. De acordo Torquato (2002), neste nível a conversa é a essência, a comunicação é direta, bilateral, recíproca, privada e até mesmo informal, entre duas ou mais pessoas. Os interlocutores interagem no mesmo campo de interesse e as respostas são instantâneas.

A metodologia usada para este estudo é a quantitativa foram aplicadas 100 questionários, a técnica é utilizada para o mapeamento dos questionários é da Bola de Neve ou Snow Ball. Segundo Baldin (2011 p. 332), a técnica pode ser definida como:

(...) uma forma de amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes, que por sua vez indicam outros participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto.

Dessa forma identificamos quais são os caminhos de influência, as organizações e agentes que são mais e menos credíveis dentro do município de Parintins. As respostas destas questões serão indicadas pelos agentes institucionais, que atuam em diferentes organizações públicas e privadas da cidade, através de um questionário com perguntas fechadas e abertas. A análise dos dados será analisada de acordo com as categorias formadoras de opinião e os elementos constituintes de cada uma.

O estudo será dividido em quatro capítulos. O primeiro é dedicado a fundamentação teórica para subsidiar os trabalho, conceituando o que são líderes de opinião, tipos de líderes, opinião pública e organizações como meios de influência. A teoria que permeia esta pesquisa é do Duplo Fluxo Comunicacional, criada por Paul Lazarsfeld em 1944. O estudo de Lazarsfeld identifica que além da mídia, existem os líderes de opinião como canal de influência e que esses, muitas vezes, tem uma influência muito maior do que os meios de comunicação.

O segundo capítulo caracteriza os líderes de opinião, através das perguntas relacionadas ao perfil socioeconômico, como idade, renda familiar, nível de escolaridade, se nasceu ou não há Parintins, se não há quanto tempo está na cidade. Em uma pesquisa inédita como está no contexto de Parintins, é interessante relacionar o perfil-socioeconômico dos líderes de opinião com o seu poder da influência. A caracterização foi feita com cada uma das seis categorias deste estudo, os resultados apresentam especificidades de cada grupo principalmente em relação à renda e escolaridade.

O terceiro capítulo revela os principais formadores de opinião de Parintins sob o ponto de vista dos participantes. Os resultados são analisados primeiramente de forma global, em que são apresentados os líderes citados em mais de uma categoria e posteriormente os resultados específicos de cada categoria. Nos resultados globais está o bispo Dom Giuliano Frigenni, o atual prefeito de Parintins “Alexandre da Carbrás”, o ex-prefeito “Frank Garcia”, os comunicadores Gil Gonçalves e Tadeu de Souza, o promotor de justiça André Seffair e a empresária Marcia Baranda. Os resultados específicos trazem os cinco formadores de opinião que foram mais citados em cada categoria e aqueles que são específicos de cada grupo, ou seja, que não são encontrados em outras categorias da pesquisa, e o suposto motivo pelo qual os líderes de determinado grupo indicaram tal indivíduo como formador de opinião.

O quarto capítulo é referente às instituições que detém maior e menor credibilidade no município de Parintins. Os resultados globais apontam a universidade, igreja, imprensa e os movimentos sociais como instituição de maior credibilidade e a câmara dos vereadores, partidos políticos, associações folclóricas e imprensa como instituições de menor credibilidade. Os resultados específicos trazem instituições de maior e de menor credibilidade que foram apontadas apenas em uma categoria e o suposto motivo pelo qual o grupo indicou determinada instituição.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Teoria do Duplo Fluxo Comunicacional

Este capítulo pretende estabelecer as bases teóricas que orientarão a pesquisa, apresentando e discutindo os conceitos que trataremos neste trabalho, dentre eles os significados de “liderança”, “níveis de comunicação”, “opinião pública”, “instituições” e a “teoria do fluxo comunicacional”. Para isso recorreremos aos acervos de administração, relações públicas e comunicação social.

Há teorias que apontam os formais meios de comunicação – rádio, tv, jornais impressos, revistas, blogs – como fornecedores de informações para o indivíduo determinar o seus pontos de vista e opiniões. Porém, devem-se destacar as abordagens que tratam de outros meios que detém poder de convencimento. Guaraldo (2002), em sua dissertação de mestrado, faz um panorama das teorias comunicacionais americanas e cita a teoria *Two-step-flow*, ou duplo fluxo comunicacional de Paul Lazarsfeld. A pesquisa de Lazarsfeld foi pioneira ao diagnosticar a influência de ideias através dos líderes de opinião.

De acordo com Guaraldo (2002), Paul Lazarsfeld juntamente com os pesquisadores Bernad Berelson e Hazel Gaudet, criaram a teoria em 1944, na cidade Erie County, estado de Ohio – EUA. Os pesquisadores se propuseram a entender os processos de formação e transformação da opinião pública e, para tanto, analisaram a propaganda política dos candidatos, na disputa eleitoral de 1940 e as mudanças do eleitorado.

Após vários meses de pesquisa em Erie, os pesquisadores perceberam que as pessoas pareciam muito mais influenciadas nas decisões políticas pelo contato face a face do que diretamente pela comunicação de massas. Eles reviram seus processos e descobriram então, o papel do líder de opinião, alguém que fazia a ponte entre as mensagens dos meios de comunicação e o eleitorado. (GUARALDO, 2002)

Dessa forma, revelou-se a importância dos líderes de opinião como categoria primária. Dentro desta categoria, a comunicação ocorre duas etapas: com pessoas mais expostas a mídia e com pessoas menos expostas (GUARALDO, 2002).

Como ressalta o Guaraldo (2002 p. 120):

Os investigadores perceberam que uma mensagem em favor de um candidato difundida pela rádio ou pela imprensa não terá como resposta necessária a plena adesão a esse candidato. Muitas vezes, a resposta é até negativa, e noutros casos nem sequer há resposta. A mais importante conclusão foi a de que, na formação da opinião, há influências mais

poderosas do que a comunicação de massas. A imprensa, a rádio e a televisão não atuam num vácuo social, mas numa rede complexa de relações sociais.

Dentro dos resultados, a pesquisa diagnosticou uma cadeia de influência no seio das camadas sociais. Para exemplificar melhor esse processo de influência, Mario Wolf (2003), afirma que é dentro do contexto social, das relações sociais que os líderes partilham atitudes com outros membros. Dessa forma, o líder passa a ter a função de mediador entre os meios de comunicação e os indivíduos, principalmente por aqueles menos influenciados pela mídia, tendo a função de reforçar ou mudar de ideias. Portanto o poder de influência do líder é abrangente, como mostra Wolf (2003 p.49):

A natureza da influência interpessoal, que é diferente da influência interpessoal dos *mass media*, motiva a sua eficácia que resulta do facto de estar inextricavelmente ligada à vida do grupo social e nela enraizada (...) aqueles que se revelam mais indecisos nas suas atitudes de voto são também os que se expõem menos à campanha dos *mass media*, os contatos pessoais são mais eficazes do que os *mass media*, precisamente porque podem atingir mesmo aqueles que, potencialmente, estão mais predispostos a mudar de atitude.

O autor também traz outra comparação na relação dos *mass media* e dos líderes de opinião.

Se a comunicação de massa depara, inevitavelmente, com o obstáculo da exposição e percepção seletivas, a comunicação interpessoal, pelo contrário, ostenta um maior grau de flexibilidade perante as resistências dos destinatários. (WOLF, 2003, p. 49).

A teoria do duplo fluxo de comunicação é considerada a obra mãe da influência dos líderes de opinião. Foi através dela que estudos posteriores foram desenvolvidos. A teoria tem essa denominação, por sustentar dois estágios: a) caminho de informação dos meios de comunicação b) disseminação de informações pelos líderes de opinião que também são influenciados pelos meios de comunicação (GUARALDO, 2002). No segundo estágio, Lazarsfeld aponta que os líderes são influenciados pelos meios de comunicação, excluindo a relação de influência de opinião dos líderes com os próprios líderes. Posteriormente no seu estudo de Decatur junto de Eliu Katz, Lazarsfeld faz uma crítica e evidencia que os líderes também são influenciados por outros líderes.

Em um artigo publicado por Eliu Katz (1957), o autor explana a teoria do duplo fluxo comunicacional e afirma que a pesquisa teve quatro descobertas importantes: a primeira de

que há um grande impacto de influência e pressão política no dia a dia dos indivíduos por grupos familiares, de amigos, trabalho entre outros. Em segundo ponto a maioria das pessoas dedica mais tempo discutindo sobre um assunto do que lendo um editorial ou notícias sobre aquele determinado tema. Os líderes de opinião são encontrados em todas as camadas das sociedades, pois os indivíduos tendem a considerar para si aqueles como os líderes pessoais com quem possam se identificar. E por último a pesquisa identificou que os líderes de opinião são fontes privilegiadas nos meios de comunicação.

A teoria de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet limitaram o poder dos meios de comunicação e destacaram os agentes sociais. Vale salientar que a teoria foi formulada em 1944, período em que os meios de comunicação não eram tão numerosos como nos dias de hoje e não emitiam mensagens diretas, como a televisão. Por isso a teoria, se aplicada a grandes metrópoles, como exemplo Manaus ou São Paulo, não terá o mesmo efeito que aplicada em cidades menores, como Parintins. Apesar das mudanças de tempo e espaço, Parintins pode ser comparada a Erie, pelo pequeno número de formais meios de comunicação e pela proximidade da população e dos líderes de opinião.

1.2 Líderes de Opinião

Ao mostrarmos a teoria da dupla comunicação se faz necessário conceituar o que são os líderes de opinião e o papel que exercem na sociedade. Para tanto, usaremos o conceito de líderes de opinião de Maximiliano (2000), o conceito de liderança Chiavenato (2001), e as contribuições do seguidor da teoria do duplo fluxo comunicacional Robert Merton.

Segundo Maximiano (2000), o líder é uma pessoa que detém a habilidade de dirigir ações ou influenciar o comportamento de outros indivíduos. “Líderes são os que, no interior de um grupo, ocupam uma posição de poder que tem condições de influenciar todas as decisões de caráter estratégico” (MAXIMIANO, 2000 p. 289).

Chiavenato (2001), define a liderança como a influência interpessoal que se dá em situações comunicativas para consecução de um ou mais objetos específicos. “A liderança é um fenômeno social e que ocorre exclusivamente nos grupos sociais. Ela é decorrente dos relacionamentos entre as pessoas em uma determinada estrutura social” (CHIAVENATO, 2001 p.157). Um líder desempenha a sua influência interpessoal através dos seus liderados, um determinado grupo tende a escolher como líder a pessoa que possa lhe dar uma assistência segura e orientações.

A condição de um líder em firmar ou alterar uma ideia parte do princípio da influência. De acordo com o Chiavenato (2001), a influência é uma forma psicológica, uma transição interpessoal em que um indivíduo tenta convencer o outro. Dentro do caminho da influência existem os conceitos de poder e autoridade. O poder passa a ser entendido como um potencial de influência de um líder sobre o seus liderados, é a capacidade de usar de influência, entretanto, isso não quer dizer que a influência será exercida. Dessa forma, o poder é apenas uma possibilidade de influência. A autoridade é poder legítimo o poder que se obtém através do papel ou posição de uma estrutura organizacional.

O líder passa a ser um emissor de ideias, tem o poder de confirmar ou alterar um ponto de vista de acordo com o seus argumentos e objetivo. A relação do líder com o seus liderados é baseada na confiança e na identificação de características, o líder é visto pelos seus subordinados como um conselheiro, um prestador de informações.

1.2.1 Tipos de líderes

Robert Merton desenvolveu uma pesquisa tendo como plano central os líderes de opinião, cuja metodologia foi a de entrevistar influenciados para identificar influenciadores. Segundo Neto (2008), o objetivo do projeto de Merton era identificar como as pessoas se comportavam em relação a uma revista nacional, levando em consideração a influência interpessoal. A pesquisa ficou conhecida por dar contribuições dos tipos de líderes existentes e suas características.

Os líderes de opinião, em categoria geral, são influenciados pelos valores e eventualidades da comunidade. “O papel de liderança depende de redes de relações dentro de um mesmo grupo social e de relações com outros grupos sociais” (NETO, 2008, p. 45).

O poder de um líder se baseia na comunidade local. Dificilmente, um líder de uma área é influente em outra. A influência não se limita na relação líder e liderado, existem outros âmbitos, como núcleo familiar, amizade, trabalho, etc. São nesses núcleos que o líder assume o grande papel de influenciador, pois as opiniões individuais são reforçadas nos grupos que cada indivíduo frequenta (NETO, 2008).

Segundo Neto (2008), Merton define os líderes de opinião em dois tipos: locais e cosmopolitas. Os líderes locais tem sua influência a partir da convivência e da reputação em determinado local, e emitem ideias de diversos temas: “Geralmente, viveram toda a vida dentro da comunidade que influenciam e são ativos nas organizações sociais” (NETO, 2008 p.44). A sua influência é advinda de assuntos simples e rotineira, discussões de vizinha, festas ou escolas, a proximidade deste líder com a comunidade é muito direta.

Já os líderes cosmopolitas baseiam seu poder a partir do contato com os outros grupos. Diferem dos locais, pois tem especialidades nos temas, são ouvidos pelo seu conhecimento específico ou pela sua função exercida. “Na grande maioria das vezes, vieram de fora, já com o status previamente atribuído. Tem mais acesso a produtos da mídia e mais interesse por produtos que tratam de temas diversos” (NETO, 2008 p. 44). Esses líderes se preocupam em tomar conhecimentos com outros grupos, em outras comunidades, se tendem a ser ouvidos apenas pela sua especialidade.

Dessa forma os líderes locais são os líderes imediatos, que são consultados sobre assuntos atuais que interferem na comunidade, tem uma proximidade e uma identificação muito grande com os liderados. Diferentemente os líderes cosmopolitas que desempenham a influência de acordo com a sua especialidade, um certo status, que geralmente é de um cargo exercido ou do papel exercido. Na cadeia de liderança, essas são as duas formas em que o líder exerce o seu papel e podem ser encontradas em qualquer comunidade. Entretanto é dentro dos níveis de comunicação que um influenciador de ideias emite suas ideias, que faz exercer o seu papel de liderança.

1.3 Níveis de Comunicação

Para Ferrari (2008), a comunicação pode ser entendida como um processo sucessivo e permanente que interpõem as interações humanas, agindo como um sistema dialógico, com o objetivo de informar, persuadir, motivar e alcançar a compreensão mútua.

Portanto, a comunicação surge para saciar as necessidades humanas, uma delas, é influenciar ou alterar comportamentos, para isso os indivíduos se utilizam de técnicas de indução, presentes nos níveis de comunicação que são divididos em: intrapessoal, interpessoal, grupal, organizacional, coletivo ou de massa. Nos parágrafos abaixo, caracterizaremos os cinco níveis de comunicação, dando mais ênfase à comunicação interpessoal que envolve 85% do atos comunicativos, e também é o nível em que os líderes de opinião exercem maior poder.

1.3.1 Comunicação Intrapessoal

De acordo com Torquato (2002), a comunicação intrapessoal é a comunicação interna, a comunicação com si mesmo, ou seja, condições pessoais que determinam o ato comunicativo. Trata das habilidades de escrever, falar, ler, ouvir, raciocinar e interpretar, quanto mais estas habilidades forem desenvolvidas melhor a capacidade para o ato

comunicativo, “Em suma, a habilidade da fonte são fundamentais (...)” (TORQUADO, 2002 p. 38)

1.3.1 Comunicação Interpessoal

Para Torquato (2002), neste nível o diálogo é a essência, a comunicação é direta, bilateral, recíproca, privada e até mesmo informal, entre duas ou mais pessoas. Os interlocutores interagem no mesmo campo de interesse, usam códigos e referenciais parecidos, há uma troca de experiências.

No processo de comunicação do nível interpessoal, de acordo com Freitas (2006), estão envolvidos o emissor, receptor, mensagem verbal, mensagem não-verbal, meio, resposta e ruído. Neste nível, a troca de sinais e instantaneidade das mensagens fazem com que a comunicação interpessoal seja a mais completa.

A comunicação interpessoal face-a-face é insubstituível na competência de influenciar pessoas e administrar situações complicadas, sejam elas no campo profissional ou pessoal (FREITAS, 2006, p.14).

De acordo com Katz (*apud* NETO, 2008) a comunicação interpessoal se manifesta de maneira mais direta, através dos líderes de opinião.

Não por acaso, as opiniões dentro de um mesmo grupo social acabam tendendo a uma homogeneização. Isso porque a presença da comunicação interpessoal se manifesta de maneira mais direta, intermitente e potente pela ação dos líderes (NETO, 2008 p.50).

Tal eficiência é baseada em três pontos: comunicação interpessoal; credibilidade da fonte e coerção imediata.

- a) Comunicação Interpessoal é instantânea, relação recíproca face a face, “é possível ao emissor da mensagem manobrar a ordem da argumentação, administrar sua integralidade e perceber se vale à pena ou não explicitar as conclusões” (NETO, 2008 p. 51).
- b) Credibilidade da fonte é maior, “o receptor conhece o emissor, conseguindo captar suas reações, suas hesitações e o processo de formação de seu raciocínio” (NETO, 2008 p. 51).
- c) A coerção é imediata, "o emissor pode usar de ameaças (sejam elas subliminares ou não) emocionais, políticas ou financeiras para convencer o receptor" (NETO, 2008 p. 51).

A comunicação interpessoal é o nível mais completo da comunicação, pois além da fala propriamente estabelecida, há outros elementos (gestos, feições, instantaneidade das mensagens) que são capazes de tornar a comunicação um ato cooperado. Por esta percepção tão aflorada, que é usada como canal de influência, pelos líderes de opinião que visam validar suas ideias.

1.3.3 Comunicação Grupal

Este nível abrange reuniões e palestras, onde um indivíduo apresenta seu ponto de vista, informações, análises para um grupo de pessoas. O número de ouvintes é maior, conseqüentemente, o nível de comunicação diminui. Os maiores problemas são decorrentes da monotonia dos encontros, repetições, palestras desinteressantes e falta de sintonia entre o grupo (TORQUATO 2002).

1.3.4 Comunicação Coletiva

São os meios clássicos de comunicação – jornais, revistas, boletins. Segundo Torquato (2002), este nível transmitir informações para público específicos ou gerais. Entretanto, pela distância entre fonte e receptor, há a incidência de muitos ruídos. Dessa forma, a mensagem pode perder o seu potencial.

1.4 As organizações Como Meio de Influência

Dentro dos canais de influência também existem as organizações, assim como os líderes e os meios de comunicação, os quais proporcionam maior abrangência de informação aos indivíduos vinculados. As organizações estão presentes na vida dos indivíduos na maior parte do tempo, como a universidade, organização religiosa, associação de moradores.

Freeman *et al* (1999 p.4) conceitua organização como “duas ou mais pessoas trabalhando juntas e de modo estruturado para alcançar um objetivo específico ou um conjunto de objetivos”. O autor afirma que uma organização é feita por pessoas, e é extremamente importante, pois servem a sociedade, são instituições sociais que refletem valores e necessidades culturalmente aceitos pelos indivíduos, que são concebidas para permitir uma relação civilizada. As organizações também realizam objetivos, permite que os indivíduos alcance metas, que sozinhos seriam muito mais difíceis, as organizações preservam o conhecimento e também são fontes de sobrevivência para o seus empregadores.

A influência de uma organização parte do poder exercido sobre o seus membros, segundo Freeman (1994). O poder de uma organização sobre os seus subordinados é baseado no próprio poder formal. Goffinam (2008) define que processo de influência é concebido através de normas, princípios, de visões de mundo de cada instituição. O autor define a visão de mundo como “fechamento”, nada mais sendo o caráter total simbolizado pela relação social com o mundo externo, ocasião em que os indivíduos e as entidades sociais se unem através de vínculos estabelecidos por propriedades comuns de ambos.

Para Goffinam (2008), todas as instituições demandam tempo e dedicação de seus participantes, algumas delas exigindo obrigações duras de trabalhos a serem cumpridas e outras, mais flexíveis, exigindo apenas identificação e ligação emocional. Algumas são mais abertas para qualquer individuo que se comporte, outras são mais restritas e limitam o número de pessoas. Outras ainda têm um conjunto menor e estável de membros, como as residências. Entretanto, todas desenvolvem seu papel de influência e têm um líder, neste caso, cuja função é ajudar a organização atingir seu objetivo.

1.5 Opinião Pública

Existem vários conceitos de opinião pública e diversos caminhos de estudos, mas todos partem do principio da coletividade, da massa, da voz do povo. A complexidade da opinião pública está na formação e em seu processo de influência, fator em que os líderes de opinião detém grande parcela, pois é por meio das redes de influência dos lideres que é formada a opinião pública.

De acordo com Melo (1998), a opinião pública é um fenômeno dialético, de choque de opinião, visando obter atenção e preferência da maioria da sociedade. A opinião pública é um produto da atividade social, possui caráter dinâmico e é influenciada por opiniões dialéticas presentes na sociedade.

O processo de informação de opinião pública envolve todo o complexo de circulação das informações na comunidade. Desde as informações transmitidas de geração a geração (acervo de experiências) às informações ocasionais, difundidas pelos meios de comunicação de massas e refundidas pelos indivíduos nos grupos sociais (MELO, 1998 p. 209-210).

O processo de formação da opinião pública exige uma interação entre a circulação das informações na sociedade e as personalidades. Segundo Melo (2008), existem fatores básicos e complementares nesta interação: os básicos são a educação, a vida familiar e a participação nos grupos primários; os complementares são os meios de comunicação e os grupos de

pressão. Os grupos de pressão procuram obter o máximo de atenção das pessoas e, dessa forma, orientam a opinião pública num determinado sentido, podendo contribuir com a formação da opinião pública, entretanto, sem as refletir.

O autor desmente a premissa que os meios de comunicação transformam os seres humanos em objetos alienáveis e acrílicos, e afirma que os meios atuam no processo de formação da opinião pública, como desencadeadores de ideias do que como conformadores: “(...) a Opinião Pública se consolida no seio dos próprios grupos primários, refletindo a consciência social que emana esses grupos” (MELO, 2008 p.214).

A opinião pública é a opinião majoritária da população, o líder que tem a opinião pública a favor de seus interesses exerce um poder muito maior sobre outros líderes e sobre a comunidade em geral. Por tal motivo a influência de ideias é tão disputada entre os líderes.

1.6 O papel dos Líderes na Opinião Pública

Entende-se que a opinião pública faz parte do espaço público, interage com atores e instituições, tal interação faz parte de processos de comunicação social, interpessoal e dos meios de comunicação. De acordo com Cervi (2000), um dos seus efeitos coletivos é organizado em grande parte pelo líder de opinião:

É o líder de opinião, por estar em posições privilegiadas do espaço público, capaz de receber informações sobre temas de interesse público de diferentes fontes, reformular os significados das mensagens e retransmiti-las a outros integrantes da esfera pública (CERVI, 2000 p.07).

Dentro do contexto da opinião pública o líder se destaca por status social de sua posição privilegiada, e por se atentar as temáticas que interferem no cotidiano da população. Quanto maior a afetividade do indivíduo com o assunto e quanto mais próxima a relação interpessoal do líder mais intensa será a capacidade de influência.

Para Cervi (2000), a opinião pública é resultante de dois processos que podem ocorrer juntos, de acordo com o autor, a comunicação de massa é um meio de persuasão comandado pela elite política que emite mensagens supostamente objetivas, mas que representam algum tipo de subjetividade. Fazem partes da elite política pessoas que se dedicam a tratar de aspectos a respeito do debate político e público, como exemplo, políticos, funcionários públicos de alto escalão, jornalistas e atividades e organização da sociedade civil.

Outro processo é a comunicação interpessoal, em que líder de opinião passa a ser definido como um dos atores integrantes do processo de formação e transformação da opinião pública:

O processo da comunicação interpessoal se dá pela reformulação de crenças, valores e conceitos que o próprio público faz, independente dos interesses da elite política, a partir de informações que recebe da última e por meios não-institucionais de comunicação interpessoal.

2 DESCRIÇÃO METODOLÓGICA

Esta é uma pesquisa social que através de uma abordagem quantitativa, procurará caracterizar quem são os principais formadores de opinião pública no município de Parintins e as instituições com maior e com menor credibilidade. Para Marconi (2010), a abordagem quantitativa responde as perguntas “quanto”, dessa forma, o termo quantitativo pode ser definido:

(...) termos de grandeza ou quantidade do fator presente em uma situação. Os caracteres possuem valores numéricos, isto é, são expressos em números. (Marconi 2010 p. 136).

Para atingir os objetivos proposto pela pesquisa o método utilizado foi o questionário. Segundo Marconi (2010), este é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas limitadas ou alternativas, em que o informante responde abertamente ou as alternativas da questão. A construção desse instrumento de pesquisa levará em consideração os objetos gerais e os específicos (MARCONI, 2010).

Na formulação do questionário adicionamos perguntas para definir o perfil socioeconômico dos entrevistados, o que contribuirá com a análise final. Um dado interessante é saber qual a renda mensal dos líderes, a faixa de idade, se nasceu em Parintins ou há quanto tempo esta na cidade. Assim interpretamos com mais facilidade a dinâmica da influência de opinião. O questionário é constituído de sete perguntas de múltipla escolha e uma pergunta aberta, abordando questões relativas ao perfil socioeconômico do entrevistado, grau de influência dos formadores de opinião e credibilidade das principais instituições existentes na cidade. Dentro deste questionário, os próprios entrevistados indicaram cinco líderes aos quais eles consideram ter influência no município.

O método será aplicado em seis segmentos: líderes políticos (prefeito, vice-prefeito, ex-prefeitos, vereadores, secretários, presidentes de partidos), imprensa (radialistas, repórter, assessores de imprensa, jornalistas) líderes religiosos (bispo, padres, pastores), empresários (donos de grandes lojas, de supermercados e materiais de construções), líderes de associações civis (movimentos sociais, sindicatos, associações e associações folclóricas) e universitário (diretores, coordenadores, professores, movimentos universitários). Essas categorias foram escolhidas por determinarem maior poder de influência na cidade de Parintins.

As instituições escolhidas para serem indicadas com maior ou menor credibilidade, partiram das principais instituições existentes na cidade como: universidade, câmara de vereadores, partidos políticos, imprensa, igreja, associação comercial, associação de pecuaristas, sindicatos, movimentos sociais, associações folclóricas (bois-bumbás), lojas maçônicas, líderes empresariais, prefeitura, governo do estado e hospitais. Todas essas instituições estavam presentes para serem preenchidas na categoria de maior e de menor credibilidade.

A amostragem, de acordo com Marconi (2010), é a parte mais representativa do todo e a partir desses resultados que os dados serão legitimados. Para composição da amostra dos questionários que aplicados foi utilizada a técnica bola de neve ou *Snowball Sampling*. Segundo Baldin (2011 p.332) a técnica bola de neve pode ser definida como:

Uma forma de amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes, que por sua vez indicam outros participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto.

Essa técnica de amostragem utiliza uma espécie de cadeia de referências. As autoras afirmam que o próximo passo diante das indicações dos primeiros participantes é solicitar aos novos indicados, informações a cerca de outros membros e assim sucessivamente. Segundo Albuquerque 2009 (*apud* Baldin 2011), é mais fácil um individuo conhecer outro membro da população do que o pesquisador identificar outros membros, o que é um fator importante e uma grande vantagem para este tipo de pesquisa.

Usando a técnica do *Snowball Sampling* os primeiros líderes de opinião abordados indicaram outras pessoas que desempenhavam o mesmo papel que o seu na sociedade. Como exemplo os empresários, que indicaram outros empresários da cidade, sem manifestar seu aquele individuo tinha ou não influência. A técnica usada foi muito útil, pois mostrou de acordo com cada categoria outros líderes de opinião que os pesquisadores desconheciam.

Após a coleta dos dados, iniciou o processo de análise dos resultados dos questionários. A análise foi a partir do estabelecimento de categorias, de acordo com Marconi (2010), as categorias são um grupo, uma classe, o tipo em uma série classificada. Vale salientar que os estabelecimentos das categorias deve estar, de acordo, com os objetivos do projeto de pesquisa. Dessa forma os dados serão analisados de forma global e específica. A análise global consiste em apresentar os formadores de opiniões e instituições que são citados

em mais de uma categoria, e a específica aborda as indicações que aparecem apenas em determinado grupo.

A ideia inicial do projeto era aplicar 142 questionários o mapeamento demandou o cargo e o nome de cada participante que voluntariamente aceitasse participar da pesquisa. Entretanto, muitos se negaram participar e afirmaram que o questionário exigia muitos posicionamentos pessoais e se sentiam receosos que tais informações fossem divulgadas. Mesmo com o termo de compromisso e com a seguridade que os dados seriam sigilosos esses não quiseram participar. Muitos outros se propuseram a responder o questionário, mas não o entregaram, diversas vezes tentativas foram feitas e todas sem sucesso. Por isso o total de questionários aplicados foram 100, o que também dá uma boa margem para pesquisa.

Dois grupos se sobressaíram nesta pesquisa os da imprensa e dos políticos, tanto por serem grupos grandes, como pela facilidade de encontrá-los. No caso da imprensa, grande parte, estudou na universidade conhecem os trabalhos de pesquisa e a importância deles, devido a isso o número de pessoas que se negou a participar foi baixo. Como há poucas redações jornalísticas a maioria dos participantes estavam no mesmo lugar. No caso dos políticos os lugares mais comuns de encontro foram nas secções da Câmara Municipal e na Prefeitura, eles estão acostumados a participarem de projetos de pesquisa acadêmica por isso muitos aceitaram participar.

3. CARACTERIZAÇÃO DOS LÍDERES DE OPINIÃO

Este capítulo tem o objetivo de apresentar o perfil socioeconômico dos líderes de opinião que participaram desta pesquisa. Na primeira parte dos questionários, os participantes responderam perguntas referentes à faixa etária, nível de escolaridade, renda familiar e se nasceu em Parintins, se não, há quanto tempo está no município. Em uma pesquisa inédita como está no contexto de Parintins é interessante mapear o perfil socioeconômico dos entrevistados e relaciona-los com o poder de influência dos mesmos.

3.1 Características dos líderes empresariais

Parte dos questionários foi respondido por empresários de Parintins, no total seis questionários. O grupo é formado por grandes comerciantes, o município não possui fábricas ou setor industrial. Sendo assim, o empresariado é constituído por donos de postos de gasolina, construtoras, supermercados, matérias de construção, embarcações e grandes comércios. No total foram entrevistados 6 empresários de diversos segmentos, o número é baixa se comparado a outras categorias. Entretanto, o grupo foi o que teve maior rejeição em participar da pesquisa.

A maior parte dos empreendimentos em Parintins é formado por apenas um empreendedor ou em sociedade com a família, essas características são de pequenas e médias empresas. Gomes (2005), afirma que esse tipo de estabelecimento tem como característica essencial a figura do seu fundador. A partir dessa figura essencial uma forte ligação é estabelecida através da individualidade do mesmo.

De acordo com Gomes (2005), o poder de influência dos empresários é baseado em seu poder econômico. O empresariado contribui com o desenvolvimento local, cria novos postos de trabalho, gera renda para o município e traz inovações tecnológicas.

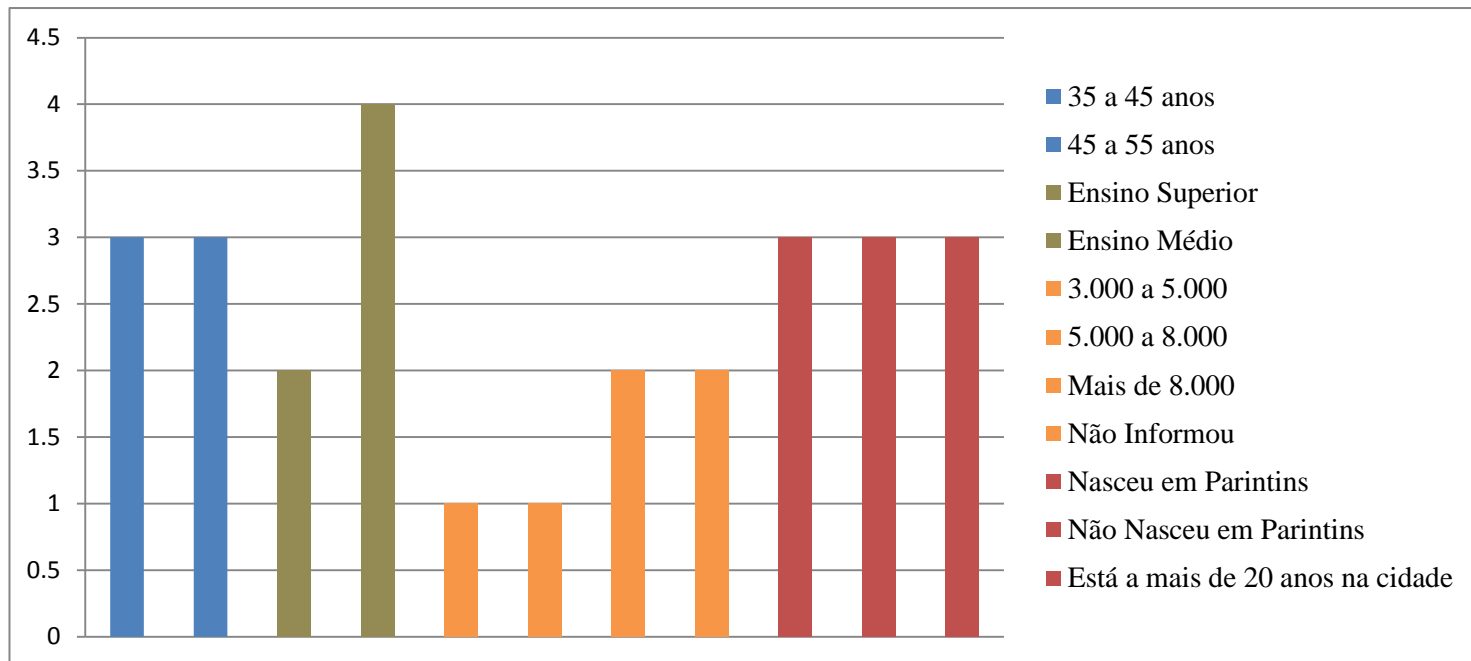
A autora define empreendedores como agentes econômicos dinâmicos:

Assim, o empreendedor não é o gerente ou diretor da firma que dirige um negócio estabelecido, mas um líder que toma iniciativa, tem autoridade e faz previsão. O empresário não é um técnico nem um financista, mas um inovador. Os empresários não constituem uma classe social como os capitalistas e os operários, dado que ser um empresário não significa ter uma profissão permanente (GOMES, 2005 p. 05).

Em Parintins o empresário é visto como uma pessoa que investe e traz inovações para o município. O empresário também se torna uma fonte de renda, a demanda por emprego é

maior que a oferta, sendo assim o empresariado obtém prestígio. A categoria também tem o poder de capital para o investimento seu ou de terceiros.

Gráfico 01: Perfil Socioeconômico dos Líderes Empresárias (n=6)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Conforme indica o primeiro gráfico, três dos entrevistados afirmaram estar na faixa dos 35 a 45 anos, outros três informaram ter entre 45 a 55 anos. Percebe-se que os líderes empresariais estão em uma faixa de idade madura, superior aos 35 anos.

Em nível de escolaridade, dois empresários concluíram o ensino médio e outros quatro possuem nível superior, o que mostra que a maior parte dos empresários procuraram se especializar. A Universidade Federal do Amazonas oferece o curso de Administração, esse fato pode ter influenciado a busca do nível superior.

Em relação à renda salarial familiar um indicou estar entre 3.000 a 5.000 reais, um afirmou ter renda entre 5.000 a 8.000, 2 possuem renda maior de 8.000 reais e dois não informaram. A categoria tem um poder aquisitivo elevado o que contribui com o seu poder de atuação no município.

A metade dos empresários nasceu em Parintins, os outros três são de outras regiões. Os empresários que não nasceram no município estão há mais de 20 anos na cidade, portanto, conhecem a dinâmica do município, o contexto político e exercem a influência de modo direto.

3.2 Característica dos líderes dos movimentos sociais

Participaram desta pesquisa 16 líderes de movimentos sociais, como associações de bairros, de mulheres, de catadores de lixo, de artistas, de professores, as agremiações dos bois-bumbás e presidentes de sindicatos.

Em Parintins, a maior parte dos movimentos existentes são atuantes realizam passeatas, reivindicações contra a corrupção, privatização de órgãos públicos, exploração de domésticas, aumento salarial dos professores, caminhadas contra exploração da criança e do adolescente, pedofilia, demissões em massa de órgãos público, entre outras. Leis e cassações de mandatos de vereadores já foram cumpridas pela pressão desses segmentos.

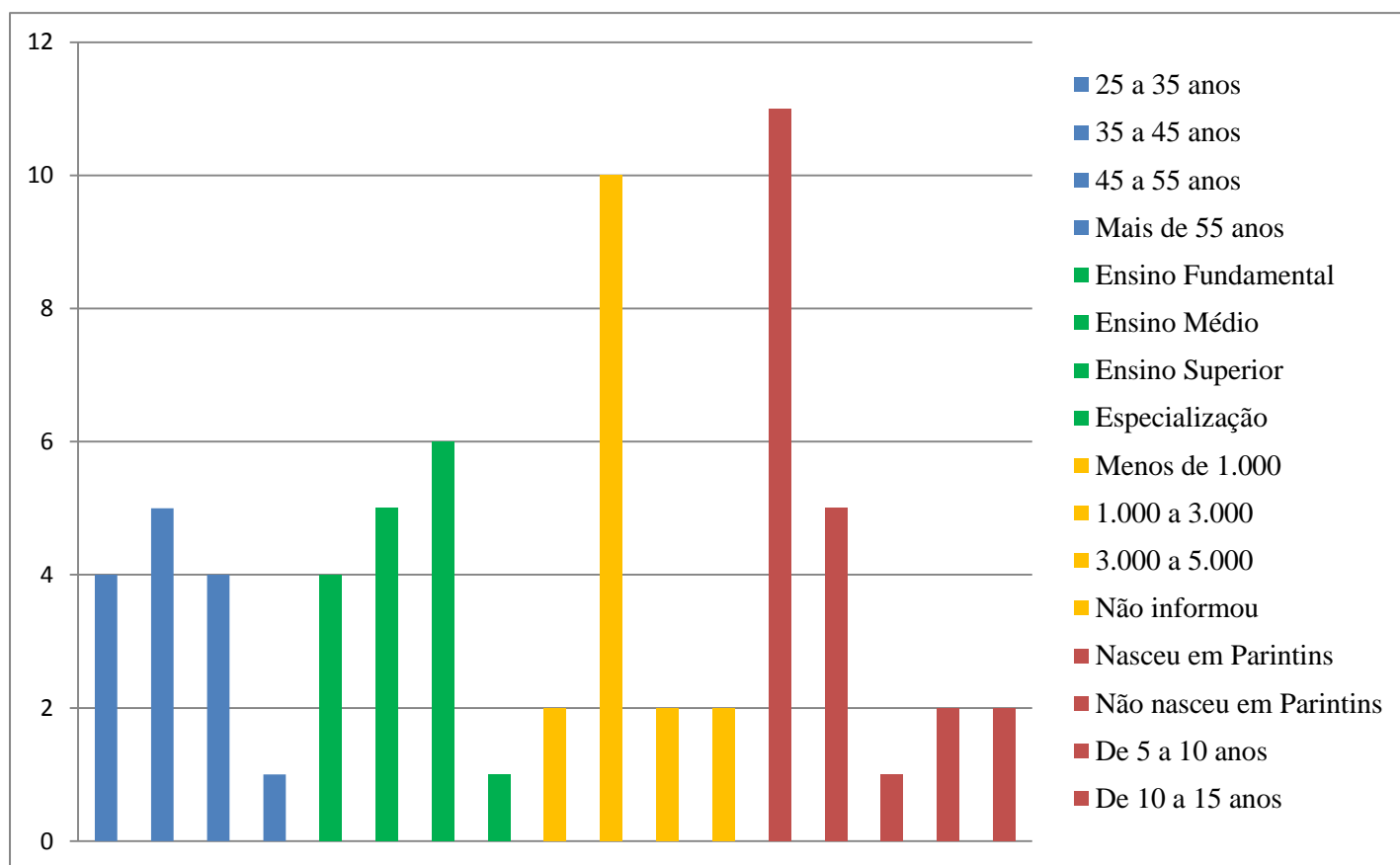
Os movimentos sociais lutam por um princípio, o indivíduo ao fazer parte de um movimento social tende a adquirir para si a ideologia de determinado grupo. Os presidentes ou diretores de grupos ou associações comandam as conversas e organizam as atividades, as mensagens emitidas pelos mesmos tem grande poder de influência sobre os seus liderados. Esses grupos incluem diversas pessoas e são muito procurados para formar aliança política com partidos, vereadores e até prefeitos. Devido a isso os movimentos são de extrema importância para este estudo.

De acordo com Gohn (2010), os Movimentos Sociais são grupos organizados que lutam por direitos, efetivação de políticas públicas, demandas entre outros. É formado, em geral, por indivíduos de classes trabalhadoras que vivem em situação de vulnerabilidade.

Ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas. (GOHN, 2010, p.03).

Os movimentos sociais surgem na Europa na década de 60 e começaram a enfatizar a cultura, ideologia, lutas sociais cotidianas e solidariedade de seus membros. Na prática os movimentos sociais lutam por direitos, expressam demandas através de pressão, mobilização, denúncias, marchas, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, pressões indiretas e negociações (GOHN, 2010).

Gráfico 02: Perfil Socioeconômico dos líderes de movimentos sociais (n=16)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o segundo gráfico, quatro dos líderes dos movimentos sociais afirmaram estar entre 25 a 35 anos, cinco informaram estar entre 35 e 45 anos, quatro estão 45 e 55 anos e um está com idade maior de 55 anos. A maior parte dos líderes se concentra na faixa de idade superior a 35 anos, ou seja, estão em uma fase de idade madura.

Dos entrevistados quatro concluíram o ensino fundamental, cinco terminaram o ensino médio, seis possuem nível superior e apenas um especialização. A maioria dos entrevistados tem nível superior, sendo assim o prestígio por líderes que tenham faculdade pode ser maior.

Em relação à renda familiar dois informaram receber menos de 1.000 reais, 10 afirmaram ter renda entre 3.000 a 5.000 reais, dois apontaram ter renda entre 3.000 a 5.000 reais e um participante não informou. Grande parte dos líderes está incluindo no padrão na classe média brasileira, o prestígio neste grupo é dado pelos status social, pelo carisma e não vinculado ao poder econômico. A categoria dos movimentos sociais tem um poder de aquisitivo baixo se comparado a outros grupos.

Os líderes que nasceram em Parintins são 11, os que nasceram em outras regiões são cinco. Entretanto, dois afirmaram estar entre 5 a 10 na cidade, outros dois estão entre 10 a 15 anos e 1 não informou. Dessa forma, as pessoas que não nasceram no município estão há um longo tempo na cidade e conhecem as reais situações, devido a isso se sentem aptos em assumir cargos de liderança nos movimentos sociais.

3.3 Caracterização dos líderes religiosos

Foram entrevistados 11 líderes religiosos, entre padres, pastores e líderes maçônicos. A categoria religiosa detém um grande prestígio em Parintins, as Igrejas possuem grande respeito e credibilidade no município, os líderes religiosos com o seu poder persuasão e pela credibilidade da instituição são grandes fontes de influência.

O poder de influência desta categoria vai muito mais além, Campos *et al* (2012), afirma que pastores, padres e evangelistas interpretam uma mensagem que não os pertence. Segundo a autora o sacerdote apenas representa o papel do emissor, no caso Deus. E ao se tratar de Deus, Pai Eterno e Ser Supremo, a sua fala é vista e interpretada como verdade única. O discurso de um sacerdote é internalizado como o recado vindo diretamente de Deus, diante de um ser supremo os fiéis apenas ouvem, surge então o monólogo:

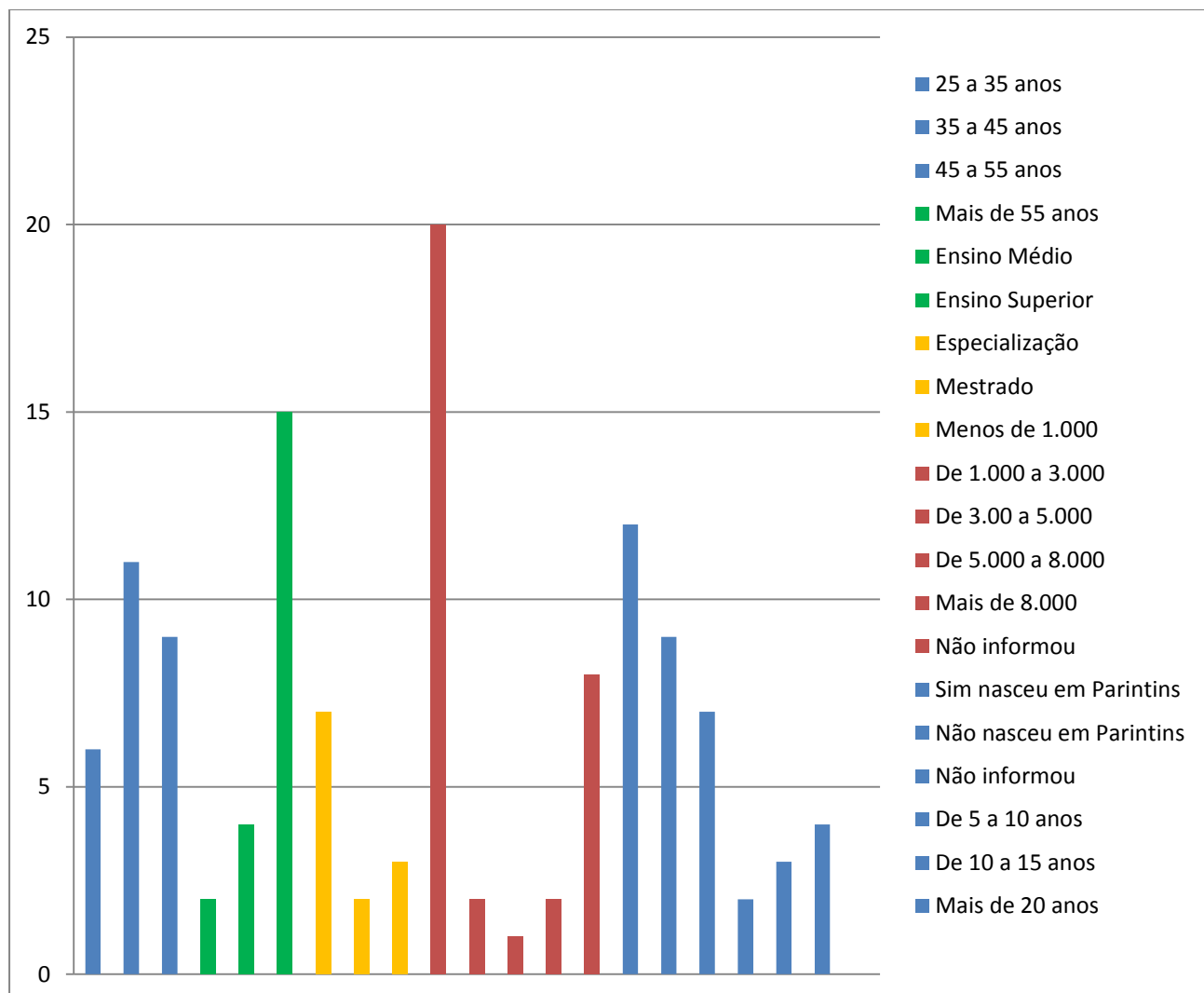
Isto acontece porque a mensagem professada por Deus e reorganizada pelo seu porta-voz é acrítica e expressa a verdade imutável e inquestionável. Não existem argumentos que possam modificar ou disolidificar o que se fala em nome de Deus. (CAMPOS ET AL, 2012, p.02).

Os padres, pastores ou sacerdotes tem um canal de voz com a comunidade a qual evangeliza. Seja através de celebração, grupo de oração, confissão, visita em casa, programa de rádio, jornal, vídeos, entre outros.

Os religiosos expressam sua influência em três canais: interpessoal, grupal e coletivo. Interpessoal através de confissões, de conselhos dados entre o sacerdote e o fiel, em visitas as residências. Grupal com os próprios grupos estabelecidos dentro da igreja, como grupos de oração, jovens, casais, idosos, mulheres, solteiros entre outros. Em sentido coletivo através de grandes celebrações e dos programas de rádio, tanto o catolicismo como os evangélicos tem emissoras de rádio.

Dessa forma, pelo poder de influência que a categoria tem a incluímos nesta pesquisa, para saber qual a opinião dos evangelistas sobre os principais formadores de opinião e instituições de maior e menor credibilidade.

Gráfico 3: Perfil Socioeconômico dos Líderes Religiosos (n=11)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o terceiro gráfico, três dos entrevistados estão na faixa dos 25 a 35 anos, quatro afirmaram ter entre 35 e 45 anos e cinco tem entre 45 a 55 anos. Apesar da maior parte dos líderes ter mais de 35 anos de idade - idade mínima exigida pela Igreja Católica para que um homem se torne padre - percebemos que há jovens evangelizadores, essa tendência é uma forma das Igrejas desenvolverem uma linguagem diferenciada e atrair mais jovens.

Em relação ao nível de escolaridade quatro informaram ter ensino médio e quatro ensino superior e apenas um possui especialização, a escolaridade diferente de outros grupos está equilibrada entre nível médio e nível superior, mas o número de especialista é baixo.

Apenas três dos líderes religiosos nasceram em Parintins, os outros oito vieram de outras cidades, um está a menos de um ano no município, três estão entre cinco a dez anos e quatro entre 10 a 15 anos. O grupo dos religiosos apresenta a maior porcentagem de líderes

que são de outras regiões, é um resultado interessante, evidencia que a religião incorporada de Parintins ainda segue modelos vindos de fora e que o município é visto como um campo de evangelização.

3.4 Caracterização dos líderes universitários

Neste grupo foram aplicados sete questionários entre diretor de universidade, coordenador pedagógico, acadêmico, administrativo e alunos membros do diretório acadêmico que representam o movimento estudantil.

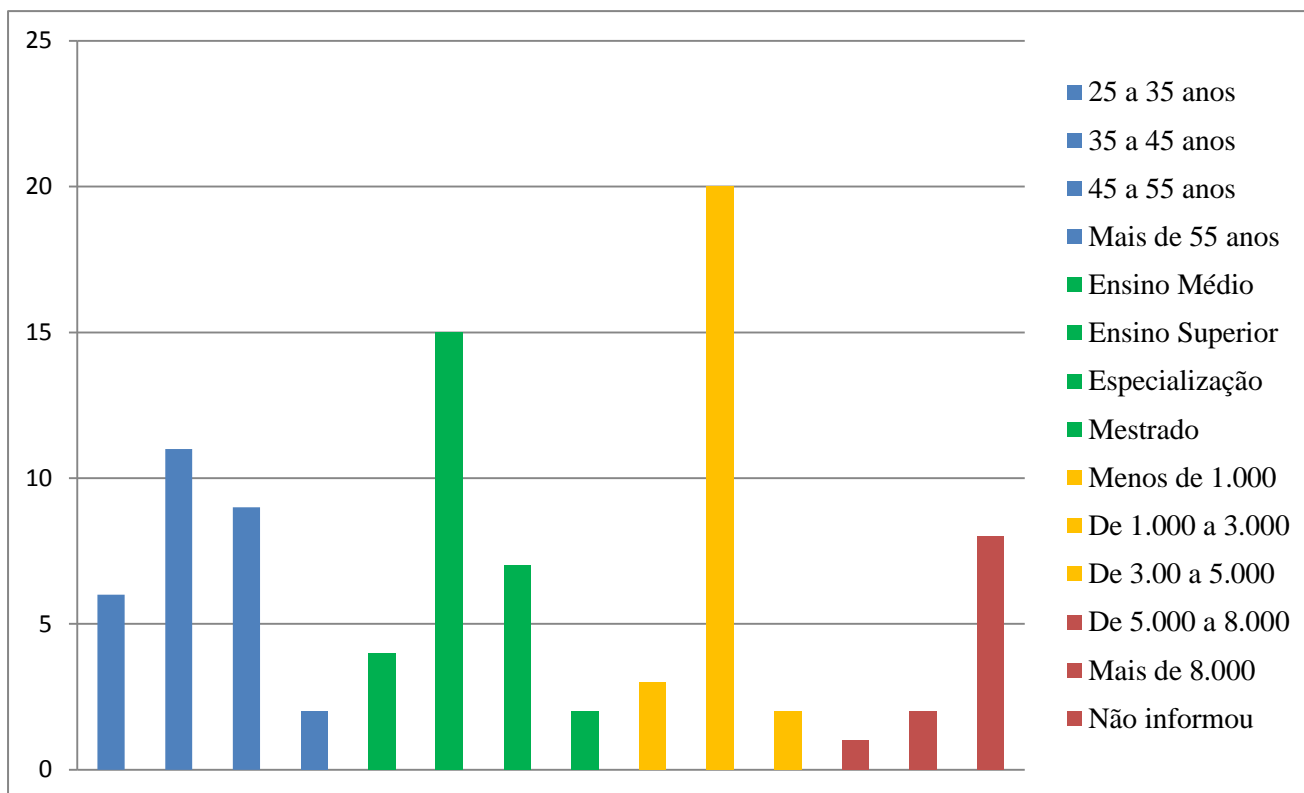
A universidade é instituição que detém maior credibilidade dentro desta pesquisa. Dessa forma, incluir líderes desses segmentos é de grande importância, pois eles são formadores de opinião e apesar de não deterem canais midiáticos atuam diretamente na formação dos acadêmicos.

De acordo com Salazar (2007), o ensino superior possui um papel transformador. O professor universitário desenvolve dois papéis, de passar o conteúdo das disciplinas e transformar o aluno. No papel de transformador, o docente se glorifica quando o acadêmico se torna um cidadão, que por si só gera mudanças e se torna crítico e problematizador do seu tempo.

Os professores são formadores de opinião, pois discutem em suas aulas de forma a assuntos cotidianos e dão outras visões do mesmo fato. Com a vinda da Universidade Estadual do Amazonas há 11 anos, e posteriormente da Universidade Federal do Amazonas há 6 anos é perceptível as mudanças em nível intelectual e social no município. Os cidadãos estão mais conscientes através do desenvolvimento profissional e crítico que a universidade proporciona.

Essa categoria também incluiu os líderes de centro e diretórios acadêmicos. Esses grupos são formados por alunos que lutam por melhorias no campus, qualidade do ensino, redução de tarifas e outras demandas estudantis. Assim como os presidentes de movimentos sociais os líderes de movimentos estudantis também tem poder de influência, por isso participam da pesquisa.

Gráfico4: Perfil Socioeconômico dos líderes das universidades (n=7)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como mostra o quarto gráfico, dois dos entrevistados tem entre 18 a 25 anos, três estão entre 25 e 35 anos e outros dois estão entre 45 a 55 anos. O grupo universitário é único que apresenta líderes com idade abaixo dos 25 anos, isso porque os presidentes dos diretórios são universitários.

No nível de escolaridade, quatro concluíram o ensino superior, um tem especialização e os outros dois possuem mestrado. O nível de escolaridade é elevado por se tratar de um grupo intelectual que atua no meio acadêmico.

Na faixa de renda familiar um está no valor de menos de 1.000 reais, dois estão entre 1.000 a 3.000 e os outros dois tem salário maior de 8.000 reais. O grupo tem uma classe econômica bastante divergente, pois envolve desde universitários a professores mestres. Entretanto, o valor intelectual tem um peso muito maior do que o valor econômico dentro dessa categoria.

Dos entrevistados três nasceram em Parintins e quatro são de outras cidades, desses, dois estão entre 10 a 15 anos na cidade. A maior parte dos líderes vieram de outras regiões, como Parintins é uma cidade polo do baixo Amazonas, abriga grande número de alunos e professores que vem uma oportunidade de estudo ou trabalho.

3.5 Características dos líderes políticos

O grupo de políticos é o segundo que tem mais força nesta pesquisa. Foram entrevistados 28 líderes, entre presidentes de partidos políticos, vereadores, secretários, prefeito e vice-prefeito. A categoria foi escolhida por deter prestígio da população, exercer cargos de liderança no poder público, ter tratamentos diferenciados e constantemente estar nos canais midiáticos.

Faoro (2001) define aparelhamento político como uma camada social, comunitária que:

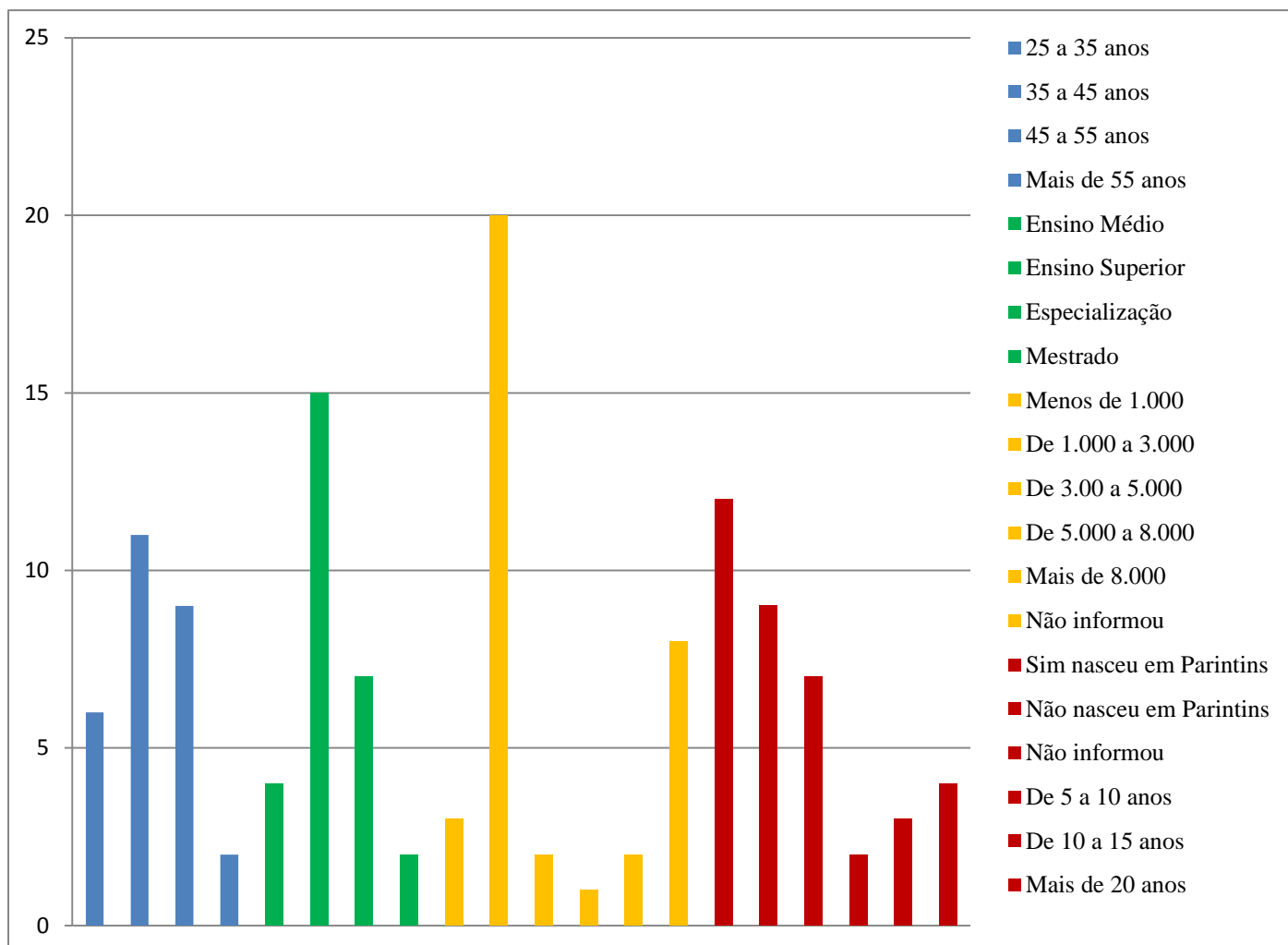
Impera, rege, governa, em nome próprio, num círculo impermeável de comando. Esta camada muda e se renova, mas não representa a nação, senão que, forçada pela lei do tempo, substitui moços por velhos, aptos por inaptos, num processo que cunha e nobilita os recém-vindos, imprimindo-lhe os seus valores. (FAORO, 2001, p. 824)

O autor usa o debate de Hegel e destaca que esse setor é estatal no conteúdo, disciplina a sociedade e é absoluto em sua essência. Sendo assim, ele é vinculado a concepção de Estado, tornando-se dominante na sociedade.

O poder da influência dos políticos é imposto há séculos, em cidades de pequeno e médio porte, como o caso de Parintins, esse poder toma uma dimensão ainda maior. O poder do político é dado primeiramente pelo eleitorado que o escolheu como candidato, ou seja, ele é visto com a voz do povo que o elegeu. Em segundo pelo poder parlamentar que o habilita a tomar uma série de decisões pelo município e representar Parintins em outras cidades. E em terceiro pelos vínculos políticos estabelecidos.

Os políticos são fontes privilegiadas nos jornais locais, são entrevistados com frequência e divulgam suas ações e ementas parlamentares. A maior parte dos políticos tem blogs, redes sociais, programas de tv ou rádio e estão em contato direto com o público. Por todas essas questões os líderes políticos têm grande influência.

Gráfico 05: Perfil Socioeconômico dos Políticos (n=28)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

O quinto gráfico aponta o perfil socioeconômico dos políticos, três entrevistados afirmaram que tem entre 25 a 35 anos, seis afirmaram que tem entre 35 a 45 anos, 11 disseram estar entre 45 a 55 anos e outros dois disseram ter mais de 55 anos. A faixa etária do grupo político é muito variada, entretanto, os de 35 a 45 se destacam, o que mostra que o quadro político tem pessoas maduras.

Em relação a escolaridade da categoria quatro concluíram o ensino médio, 15 possuem ensino superior, sete são especialistas e outros dois possuem mestrado. A preocupação com os políticos em buscar o nível superior é grande, o nível superior indica para o eleitorado uma pessoa bem preparada para assumir um cargo público.

A média salarial aponta que três estão entre 1.000 e 3.000, 20 possuem faixa no valor de 3.000 a 5.000, dois recebem mais de 8.000 reais e oito não quiseram responder a questão.

Ao contrário do que se imagina, os resultados indicam que os líderes políticos, pelo menos em parte, não estão com os salários mais altos. Há uma diversidade na renda dos participantes. Isso fica claro ao analisar que foram entrevistados presidentes de partidos e políticos que não estão exercendo nenhum cargo público.

Dos líderes que nasceram em Parintins são 12, dos que não quiseram informar são sete e outros nove não nasceram no município. Desses, dois apontam estar de 5 a 10 anos no município, três estão de 10 a 15 anos e outros quatro estão a mais de 20 anos. Um número alto de pessoas não nasceram no município, mas já estão há um longo tempo na cidade e por isso se sentem preparados para assumir cargos de liderança política.

3.6 Caracterização dos profissionais da imprensa

A imprensa foi a categoria que teve o maior número de questionários dentro da pesquisa, corresponde a 32 questionários. Foram entrevistados grande parte dos jornalistas, radialistas, assessores e coordenadores de comunicação de Parintins. Todos os veículos existem no município foram abordados, a maioria dos profissionais participou desse estudo.

Abordar jornalistas ou profissionais da imprensa, que cotidianamente tem voz nos meios de comunicação e emitem informações e opinião para centenas de pessoas é de grande importância para uma pesquisa de formadores de opinião. O jornalismo preza pela imparcialidade do fato e pela verdade do acontecimento, mas por ser uma atividade essencialmente humana é manipulada de forma natural: no momento em que o jornalista escolhe quais dados públicas, prioriza fontes, recorta a fala do entrevistado, julga por si só se um dado é ou não importante. Sendo assim, o jornalista de acordo com a suas visões de mundo vai formando a matéria e emitindo informações.

De acordo Traquina (2005), a imprensa é considerada o quarto poder em relação aos poderes executivo, legislativo e judiciário. A imprensa alimenta a opinião pública e a exprime, portanto, os jornalistas desenvolvem dois papéis:

(...) como porta vozes da opinião pública, dando expressões as diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos, e como vigilante do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) do governante (TRAQUINA, 2005, p. 48)

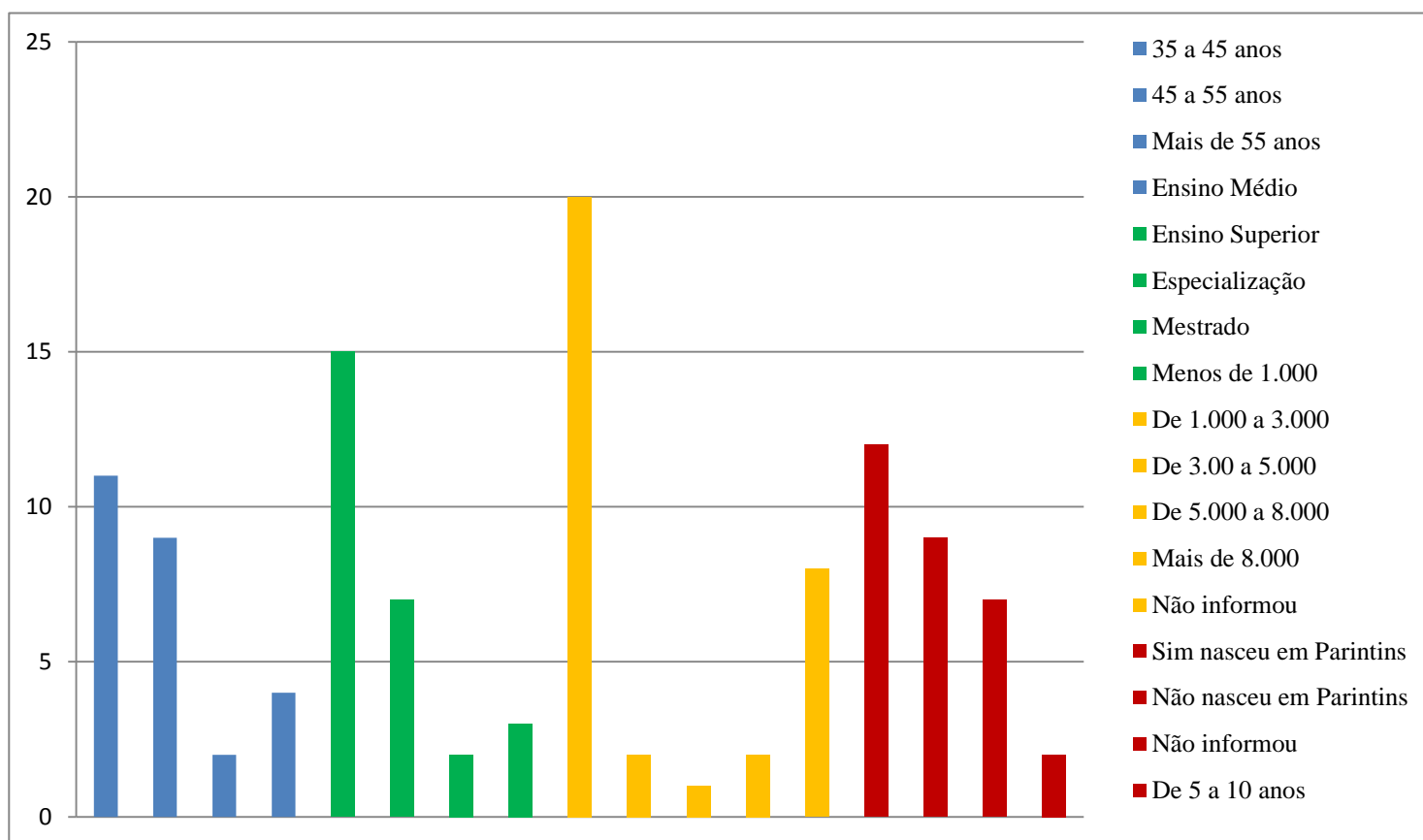
Os meios de comunicação são utilizados para publicitar decisões políticas, sociais, econômicas e formam consensos amplos ou segmentados. Os jornalistas são portas vozes dos meios de comunicação. Segundo Cruz (2011), é nesse contexto em que as teorias sobre os

formadores de opinião se executam, o autor se refere aos formadores de opinião, neste caso, como:

(...) pessoas que, por meio da mídia, comunicam juízos sobre temas, fatos, personalidades ou valores a ampla parcela da população ou a um grupo específico (CRUZ, 2011, p.37).

O autor inclui a imprensa na categoria de formadores de opinião verticais. Esses grupos são formados por indivíduos de poder de expressão que se dirigem a um grande número de indivíduos, têm acesso aos meios de comunicação, usam a palavra no sentido de comunicar, têm crédito e credibilidade e emitem opiniões sobre quaisquer temas ou sobre temas específicos.

Gráfico 06: Perfil Socioeconômico da Categoria Imprensa (n=32)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como aponta o sexto gráfico, oito dos entrevistados estão na faixa dos 25 a 35 anos, nove estão na faixa dos 35 a 45 anos, 6 afirmaram estar entre 45 e 55 anos e outros quatro

possuem mais de 55 anos. A predominância de pessoas que tem de 35 a 45 é grande, o que pode indicar que esses profissionais estão no mercado de jornalismo há mais tempo.

No nível de escolaridade quatro possuem nível fundamental completo, cinco afirmar ter concluído o ensino médio, 22 tem ensino superior e outros dois especialização. Os profissionais da imprensa, em sua maioria tem nível superior. Mesmo com a isenção do diploma para exercer a função jornalista, os profissionais procuraram o nível superior que é ministrado na Universidade Federal do Amazonas.

Em relação a renda familiar sete afirmaram estar na faixa de R\$ 1.000 e R\$ 3.000 reais, 22 estão entre R\$ 1.000 a R\$ 3.000, dois renda na faixa de R\$ 3.000 a R\$ 5.000 e outros na parte de mais de R\$ 8.000. Por se tratar de uma categoria profissional, o dado da renda mensal pode ser comparado a outras regiões. De acordo com os dados da Federação Nacional de Jornalistas – FENAJ, o Estado do Amazonas não divulgou uma média do piso salarial, o único Estado da região Norte a divulgar a média salarial foi o Acre, onde um jornalista em regime de 6h diárias recebe em torno de R\$ 1.684. Dos profissionais da imprensa, 22 afirmaram tem renda familiar entre R\$ 1.000 a R\$ 3.000, dessa forma, o piso médio do jornalista deve seguir o mesmo padrão do Acre. Entretanto, os jornalistas não tem carteira assinada e também não definiram um regime no horário de trabalho.

O gráfico aponta que 13 líderes nasceram em Parintins, nove vieram de outros lugares, e 10 não responderam. Dos que vieram de fora, dois estão entre 5 a 10 anos, três afirmaram estar entre 10 a 15 anos e cinco há mais de 20 anos no município. O jornalista para produzir exercer sua profissão necessita entender o contexto da cidade e o que é a população considera ser mais ou menos importante, dessa forma a maior parte dos jornalistas está há um longo tempo no município e sabem da dinâmica e especificidades de Parintins.

4. Os formadores de opinião de Parintins

Os resultados apresentados neste tópico foram decorrentes do trabalho de campo deste estudo, indicaremos os principais formadores de opinião do município de Parintins sob o ponto de vista dos participantes desta pesquisa. Para uma análise de dados mais concisa, optamos por primeiramente mostrar os resultados gerais, ou seja, líderes que aparecem em mais de um grupo, que coincidem entre os cinco primeiros colocados em mais de uma categoria (empresários, imprensa, religioso, político, universitário e movimentos sociais). No próximo tópico iremos apresentar os resultados específicos de cada categoria e interpretar o poder de influência dos formadores de opinião indicados.

4.1. Resultados Globais

A análise dos dados de forma global consistiu em analisar os cinco nomes mais indicados e compará-los com outras categorias. O número de vezes em que o formador de opinião é indicado dentro de uma categoria não é levado em consideração na análise dos resultados globais, o que levamos em conta é se o líder aparece ou não entre os cinco primeiros colocados.

Dessa forma, não somamos o número de líderes indicado em um determinado grupo com os demais até porque isso seria estaticamente incorreto, pois há categorias, como exemplo da imprensa e a dos líderes políticos que juntas detém mais de metade da pesquisa.

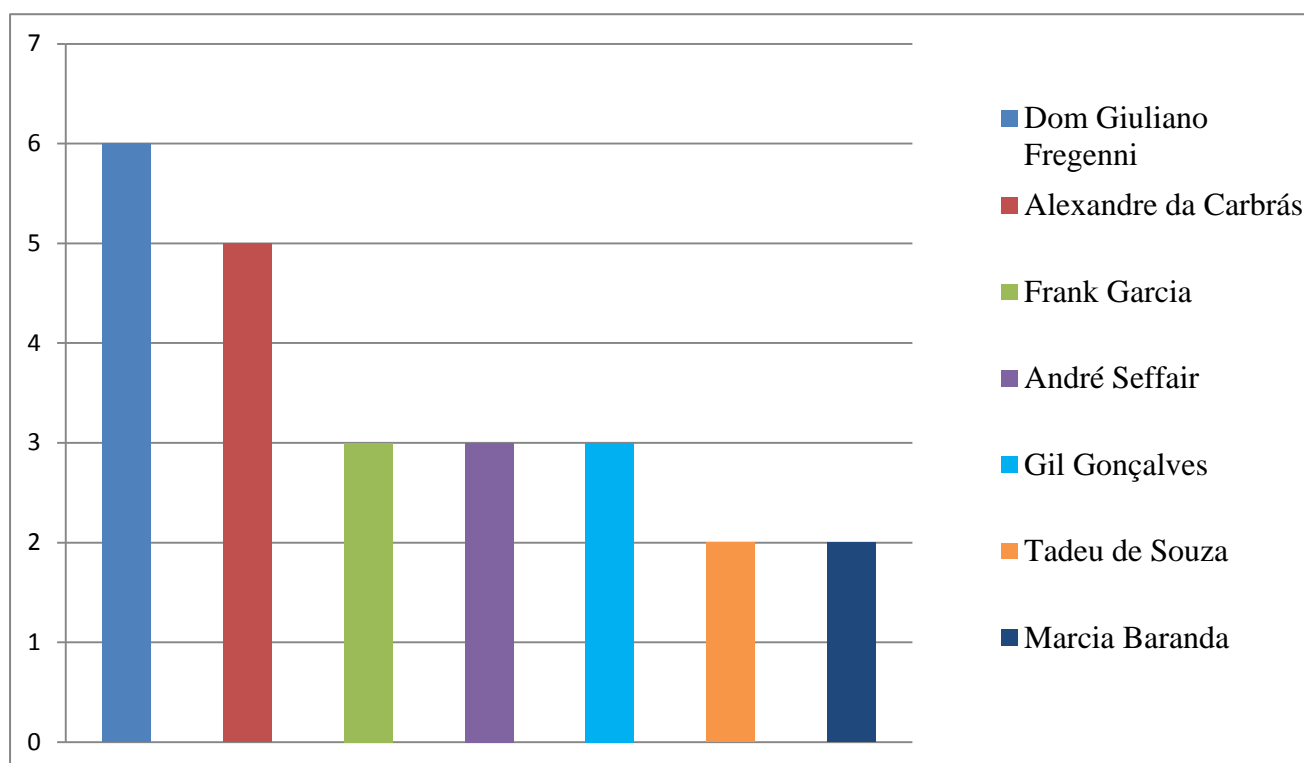
Os resultados apontaram sete pessoas que estão no ranking das cinco mais citadas em mais de uma categoria, então a incluímos como resultado global, apenas pelo fato de ela estar entre as cinco primeiras independente do número de indicações. Dessa forma, todas as categorias tem o mesmo peso.

De 100 questionários aplicados apenas 41 tiveram a indicação dos cinco líderes preenchidos, os outros 58 tiveram quatro, três, dois e até mesmo nenhum líder indicado. No momento em que os participantes respondiam os questionários, a questão gerou grande dúvida, muitos afirmaram que a pergunta era muito difícil, que nunca havia pensando no assunto ou simplesmente não sabiam quem indicar.

Também houve uma divergência muito grande dos nomes dos líderes de opinião indicados no questionário. Na categoria dos movimentos sociais mais de 39 indicações diferentes lideranças foram citadas. Os políticos indicaram 60 nomes distintos. A categoria religiosa sugeriu 21 nomes divergentes. Os empresários apontaram 13 pessoas diferentes. O grupo universitário teve uma dispersão de 15 líderes. A imprensa citou 63 indicações de formadores de opinião.

Dessa forma, os líderes de opinião que serão citados nesta pesquisa não tiveram um consenso geral de todos os entrevistados, teve caso de líderes com quatro ou cinco indicações se tornarem líderes de opinião predominantes dentro de uma categoria. Isso ocorre devido há grande divergência de nomes citados.

Gráfico 7: Resultados Globais dos Líderes de Opinião (n=100)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

4.1.1 Dom Giuliano Frigenni

Em todas as seis categoriais analisadas o bispo Dom Giuliano Frigenni é indicado como formador de opinião e ocupa o ranking do mais citado em cinco das seis grupos. Na categoria dos empresários Dom Giuliano é citado em cinco questionários, em movimentos sociais em sete, na categoria religiosa é indicado seis vezes, no grupo de líderes universitários é mencionado em quatro vezes, essa é a única categoria em que o bispo se torna o segundo mais citado. Os líderes políticos o indicam em 10 questionários e os profissionais da imprensa o citam em 17 questionários.

Dom Giuliano Frigenni é o maior formador de opinião em Parintins, pois ocupa o ranking de mais citado na maior parte das categorias, nenhum outro formador de opinião é indicado em todas as categorias. O seu poder de influência decorre, principalmente, por ser

Bispo da Igreja Católica em Parintins há 13 anos. O seu posto é o de maior liderança católica no município, representar cinco paróquias e três áreas missionárias.

A influência também decorre da sua atuação como bispo em que realiza uma série de atividades: reza missas aos domingos na Catedral Nossa Senhora do Carmo, participa de programas de rádio, opina na programação da emissora católica de comunicações Alvorada e tem posicionamentos críticos e políticos, representa a Igreja Católica de Parintins e o principal responsável pela diocese de Parintins. Dom Giuliano atua em três níveis de comunicação: interpessoal através de confissões e conselhos que dá a comunidade católica; grupal através de grupos e comissões que lidera dentro da igreja católica; coletiva nas missas e programas de rádio.

A igreja católica desde o início da história de Parintins esteve presente no município. O Estado do Amazonas em todas as províncias ou vilas teve a presença de missionários e da Igreja Católica. Reis (1997), afirma que as missões catequistas no baixo Amazonas foram dirigidas primeiramente pelos Franciscanos da Província de Santo Antônio. Entre boca do Rio Amazonas até Nhamundá no lado esquerdo do rio havia sete núcleos religiosos de bastante êxito, entre eles, Menino Jesus primeiro nome dado a Parintins.

As missões entendiam os problemas sociais como problemas espirituais e interviam na sociedade a fim de salvar seus membros. Distribuíram instruções de educação, trabalho e criaram as regras de convivência (REIS, 1997).

Sendo assim, o missionário passa a ser visto como um líder político, social e religioso. Parintins esse ano completa 161 anos, há mais de um século e meio o líder religioso do catolicismo ainda é visto como liderança social ou conselheiro que define regras de convivência. Para ser o maior formador de opinião nesta pesquisa, Dom Giuliano faz parte de uma história que teve uma série de sucessores que se esforçaram e criaram estratégias para que o papel de instrutor maior da sociedade de Parintins até hoje seja visto por uma liderança da igreja católica.

4.1.2 Prefeito e ex-prefeito

O atual prefeito de Parintins Carlos Alexandre Ferreira da Silva, mais conhecido como “Alexandre da Carbrás”, é citado em quatro das seis categorias como formador de opinião. No grupo dos empresários o atual prefeito ocupa o ranking do segundo mais citado sendo indicado por três entrevistados. Na categoria dos Religiosos é indicado em cinco

questionários, também se tornando o segundo mais citado. Os líderes universitários o indicam como maior formador de opinião, estando presente em seis indicações. Os políticos o indicam seis vezes se tornando o segundo mais citado. Nos questionários da imprensa Alexandre da Carbrás aparece com nove vezes se tornando o quarto mais citado.

Antes de esclarecer as hipóteses que tornaram o atual prefeito como formador de opinião. É interessante fazer um paralelo com outro resultado, em três das seis categorias o ex-prefeito Frank Luiz da Costa Garcia, mais conhecido como “Bi Garcia”, governou Parintins de 2004 a 2012 aparece nos resultados desta pesquisa. Bi Garcia é indicado na categoria dos empresários dois vezes ficando em terceira colocação empatando com mais dois outros líderes. Os religiosos o indicam três vezes e o tornam o terceiro mais indicado, e na categoria dos universitários é indicado em dois questionários também empatando com outros dois líderes.

Alexandre da Carbrás é citado muito mais vezes que o ex-prefeito e ocupa o cargo de primeiro ou segundo dos mais citados nos grupos em que aparece. Diferente de Bi Garcia que também aparece na pesquisa mais em número bem menor. Entretanto, há uma relação entre os dois formadores de opinião, o resultado demonstra que o posto de prefeito por si só independente de quem ocupe, já é visto pelos participantes como um formador de opinião de peso.

Esse dado pode ser explicado como mandonismo, Carvalho (2007), afirma que há existências locais de poder que transformam o poder político em uma só pessoa.

O mandão, o potentado, o chefe, ou mesmo o coronel como indivíduo, é aquele que, em função do controle de algum recurso estratégico, em geral a posse da terra, exerce sobre a população um domínio pessoal (CARVALHO, 2007, p.04).

O autor ressalta que o mandonismo é uma característica da política tradicional e existe desde a colonização do Brasil, entretanto, vem desaparecendo com o tempo e hoje sobrevive em regiões isoladas. Dessa forma, os dois indivíduos indicados são mandonistas, pois personificam a estrutura de um poder oligárquico.

Faoro (2001) afirma que o Estado por si só cria a fisionomia de um chefe de governo, e esse chefe usa o poder da sua herança estatal criado há séculos para se fortificar.

O rei, o imperador, o presidente não desempenham apenas o papel do primeiro magistrado, comandante do estado-maior de domínio. O chefe governa o estamento e a máquina que regula as relações sociais, a ela vinculadas (FAORO, 2001, p.827).

Sendo assim, “(...) o chefe provê, tutela os interesses particulares, concede benefícios e incentivos, distribui mercês e cargos” (FAORO, 2001, p.287).

De acordo com o Manual do Prefeito (2009), o prefeito de um município assume a posição de Chefe Executivo, desempenha funções políticas, executivas e administrativa. É o principal depositário de confiança população para as melhorias do município.

Prefeito Municipal não está subordinado a nenhuma outra autoridade municipal, estadual ou federal, devendo obediência apenas aos ditames da lei e mandados judiciais. Pode-se dizer, então, que o Prefeito é agente político responsável pelo ramo executivo de uma unidade de Governo autônoma – o Município (MANUAL DO PREFEITO, 2009 p.37).

Dessa forma, o atual prefeito Alexandre da Carbrás é considerado o segundo maior formador de opinião estando atrás apenas do bispo de Parintins Dom Giuliano e o maior líder político, seguido do ex-prefeito Bi Garcia.

Esse resultado aponta como a cidade coloca expectativas em cima de um prefeito e quanto o poder de atuação deste cargo é grande. Talvez, pelo próprio contexto da cidade de município interiorano e de pequeno porte a Prefeitura Municipal se torna uma fonte de emprego e renda. O prefeito também está mais acessível à população, estando presentes em eventos do município e atendo semanalmente moradores e líderes de movimentos sociais no gabinete da prefeitura. A relação da população e do prefeito é mais próxima, isso faz com que a comunidade ouça, fale e se atente a opinião do maior líder político do município.

4.1.3 Promotor de Justiça

Nas categorias dos movimentos sociais, líderes político e líderes universitários o promotor do Ministério do Público do Amazonas (MP-AM), André Seffair é indicado como formador de opinião em quatro questionários nesses três grupos, se tornando o quarto mais citado nas categorias dos movimentos sociais e universitários e o quinto mais citado na categoria dos líderes políticos. André atua no Fórum de Justiça de Parintins há 10 anos, no decorrer desse tempo desenvolveu um forte vínculo com a população. Averigua diversas denúncias de entidades públicas, foi professor de direito na Universidade do Estado do

Amazonas, dá palestras, orientações e é uma fonte privilegiada, com frequência está dando entrevistas em rádios e jornais.

A influência exercida por André é dada principalmente por ser promotor do MP- AM que a partir da Constituição de 1988, adquiriu poderes extras, tornou-se um órgão que a função de defender a sociedade e não está ligado aos poderes legislativo, executivo ou judiciário. De acordo com Savaget (2000), o Ministério Público (MP), zela pelo interesse público, social e não ao interesse da Administração. Para garantir a autonomia e a imparcialidade dos seus integrantes prerrogativas institucionais foram criadas, assegurando a vigília constante como guardiões da sociedade.

Silva (2001) explica o que o papel dos promotores de justiça do MP é defender os interesses que afetam indivíduos ou grupos da sociedade, relacionado a diversas demandas como patrimônio público, meio ambiente, consumidor, idosos, crianças e outros que tem direitos amparados por lei.

O promotor tem um contato contínuo com a população, em cidades interioranas a proximidade é ainda maior. O promotor orienta, informa, encaminha, recebe denúncias e reclamações e passa a ser visto pela sociedade como alguém confiável, o representando de um órgão constitucional. (SILVA, 2001)

A autora ressalta a forma de trabalho de um promotor no interior:

No interior, os fatos “chegam” mais rápido ao gabinete dos promotores. As reclamações dos pais sobre as novas exigências das escolas estaduais, os boatos sobre um provável “desvio de verbas da creche” e denúncias sobre irregularidades nas eleições municipais, seja os comentários dos moradores a respeito das deficiências do transporte coletivo ou do loteamento clandestino que ameaça os mananciais da região. Utilizando a considerável influência que possuem quando ocupam cargos em comarcas do interior, os promotores acabam encaminhando pessoas para serviços públicos e intermediando conflitos entre autoridades locais e a população, ou mesmo entre os próprios habitantes. As denúncias e reclamações sobre casos individuais que “chegam” aos gabinetes dos promotores podem dar origem a inquéritos civis e ações judiciais visando à resolução de questões mais abrangentes, ligadas à defesa de interesses coletivos e difusos. (SILVA, 2001 p.06)

André Seffair tem o prestígio de formador de opinião por ser um representante do Ministério Público e ser visto como um defensor do povo e dos direitos da sociedade. Em Parintins, como cidade interiorana o promotor de justiça tem um prestígio maior ainda. A

comarca é pequena e o promotor acaba por atender todos os tipos de denúncia. André representa uma pessoa confiável em que se pode falar sobre denúncias ou irregularidades. Diversos processos investigativos já foram abertos por denúncias de moradores. Por tais motivos ele é considerado um formador de opinião.

4.1.4 Comunicadores

Gil Gonçalves foi indicado no grupo dos empresários em dois questionários se tornando o terceiro mais citado empatando com outras duas indicações. No grupo dos movimentos sociais é indicado seis vezes se tornando o terceiro colocado e os profissionais da imprensa o indicam 17 vezes o tornando o segundo mais citado.

Gil é apresentador do programa radiofônico Fatos e Boatos, também é empresário sócio da Rádio Clube emissora no qual apresenta o seu programa, é conselheiro da comissão de arte da Associação Folclórica Boi Caprichoso, foi vereador e faz parte de uma família oligarca no município, o seu irmão e seu pai ocuparam cargos políticos em Parintins e no Amazonas. Apesar de não ser formado em jornalismo, desempenha o papel de comunicador. Apresenta há mais de 20 anos de segunda a sexta das 8 horas às 10 horas da manhã o programa Fatos e Boatos. O apresentador comenta os principais acontecimentos da cidade em um tom satírico e expressando claramente sua opinião. Fatos e Boatos é o programa de maior audiência da rádio Clube e devido há credibilidade e ao grande tempo de existência é muito ouvido por todas as camadas sociais, tanto na zona urbana como rural.

Outro comunicador indicado na pesquisa é Tadeu de Souza, o jornalista é citado em dois das seis categorias, sendo quatro vezes na categoria dos movimentos sociais ocupando a terceira colocação dos mais citados e no grupo da imprensa nove vezes ocupando também o terceiro lugar. Tadeu atua como jornalista há mais de 20 anos, já foi radialista, repórter, escreveu para jornais impressos e em colunas. Em 2012 criou o programa televisivo Agora Parintins, que passa duas vezes por semana na emissora SBT e resume os principais acontecimentos da cidade.

Tanto Gil Gonçalves como Tadeu de Souza por trabalharem veículos de comunicação e emitirem mensagens para um grande número de pessoas se destacam como líderes de opinião. A própria função do jornalista, como porta-voz dos meios de comunicação o torna como um líder de opinião. De acordo com Cruz (2011), é nesse contexto em que as teorias

sobre os formadores de opinião se executam, o autor se refere aos formadores de opinião, neste caso, como:

(...) pessoas que, por meio da mídia, comunicam juízos sobre temas, fatos, personalidades ou valores a ampla parcela da população ou a um grupo específico (CRUZ, 2011, p.37).

De acordo com Silva *et al* (2002), a mídia é uma ferramenta poderosa que formula opiniões, saberes, normas e valores. O emissor direciona a sua mensagem fazendo com que um grande contingente de pessoas aviste o mundo por suas lentes.

É interessante que não é apenas a imprensa que reconhece o papel do jornalista como formador de opinião, outros grupos também apontam os comunicadores como líderes. Esse resultado aponta que os meios de comunicação também exercem grande influência em Parintins e que esse poder está personificado em especial há dois comunicadores Gil Gonçalves e Tadeu de Souza.

4.1.5 Empresária

Marcia Baranda é empresária do grupo Baranda, possui supermercado, loja de construção, distribuidora e balsas. A empresária é citada em duas categorias, no empresariado em dois questionários ocupando o terceiro lugar com outros dois formadores de opinião, e no grupo dos movimentos sociais em três questionários se tornando a quinta mais citada. É interessante que Marcia aparece nas duas categorias em que executa atividades, além de empresária Marcia desde 2011 é presidente da Associação Folclórica Boi-bumbá Caprichoso.

Marcia é mais conhecida pela sua influência de empresária do que como presidenta do Caprichoso, devido a estar no ramo do comércio há mais de 30 anos. De acordo com Dornelas (2008), o empresariado contribui para o desenvolvimento, através de novos negócios o empresário mostra o seu potencial pelo caráter inovador de suas atitudes que demonstram valores pessoais no mundo do comportamento e atitudes.

Marcia Baranda é vista como liderança empresarial pelo seu alto poder econômico, por ter diversos segmentos do comércio e por estar obtendo sucesso na carreira de empresária, pois cada vez mais investe na melhoria de seus estabelecimentos, como exemplo inclui produtos alimentícios diferenciados em seu supermercado e traz novos materiais para a sua loja de construção.

Na categoria dos movimentos sociais, Marcia pode ter sido indicada pela atual posição de presidente do boi-bumbá Caprichoso, associação é uma das maiores de Parintins e contém mais de dois mil sócios. O boi-bumbá Caprichoso realiza uma série de atividades

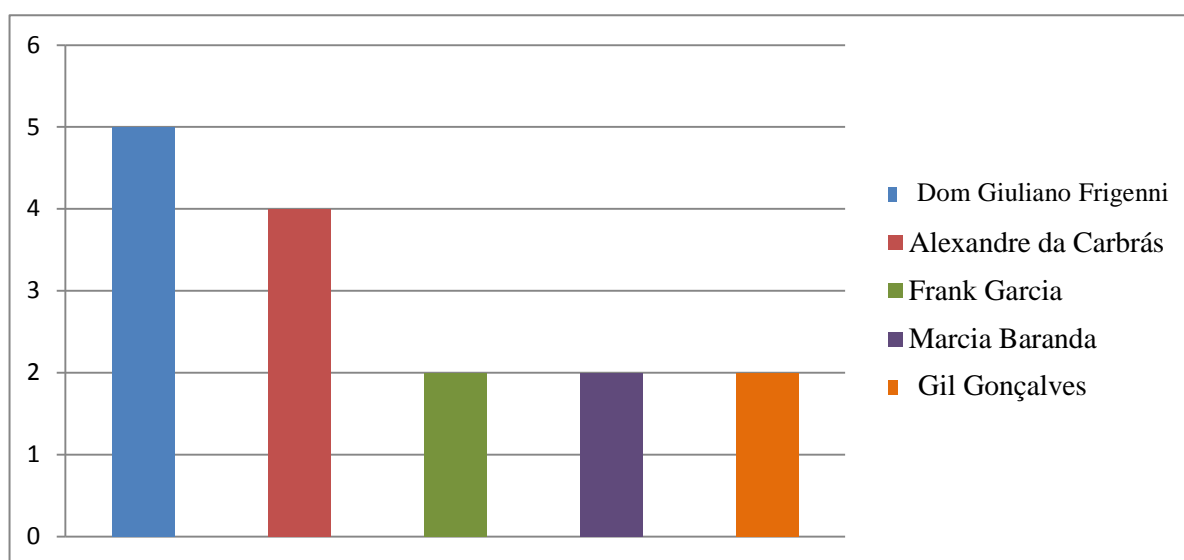
sociais, tem escola de artes e música. Por tais motivos acredita-se que Marcia é indicada por esta categoria.

4.2 Resultados Específicos

Este tópico apresenta os resultados individuais de cada categoria, no caso, formadores de opinião que apareceram apenas em um dos seis grupos, ou seja, líderes específicos que cada categoria tem para si como líderes de opinião. Nesta análise fica clara as divergências de opinião entre as categorias. Os gráficos ilustram todos os cinco líderes de opinião de maior indicação, entretanto, as hipóteses apresentadas são apenas daqueles ainda não foram interpretados nos resultados globais.

4.2.1. Líderes empresariais

Gráfico 8: Gráfico do resultado específico dos líderes empresariais (n=6)

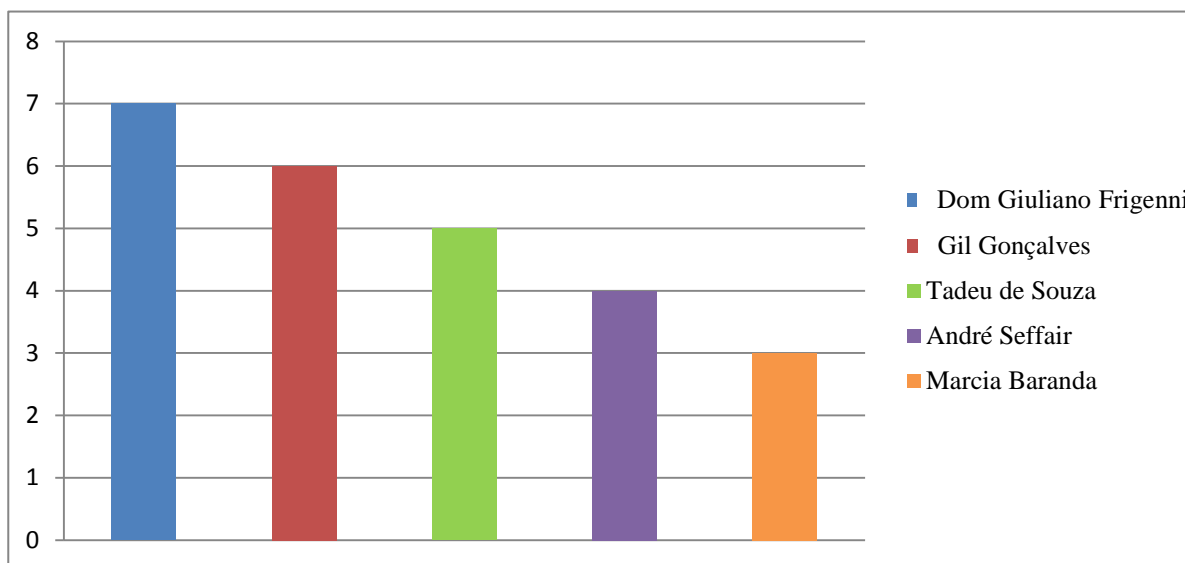


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

O grupo dos empresários não apresenta nenhum líder de opinião específico, ou seja, que seja indicado apenas nessa categoria. Dom Giuliano indicado cinco vezes, Alexandre da Carbrás quatro, Bi Garcia duas, Marcia Baranda duas e Gil Gonçalves duas, são os mesmos líderes que aparecem em outros grupos. A ausência de um líder específico indica que o grupo não tem um consenso sobre um líder que apenas o grupo dos empresários indique.

4.2.2 Líderes de Movimentos Sociais

Gráfico 09: Resultado específico dos líderes de movimentos sociais (n=16)

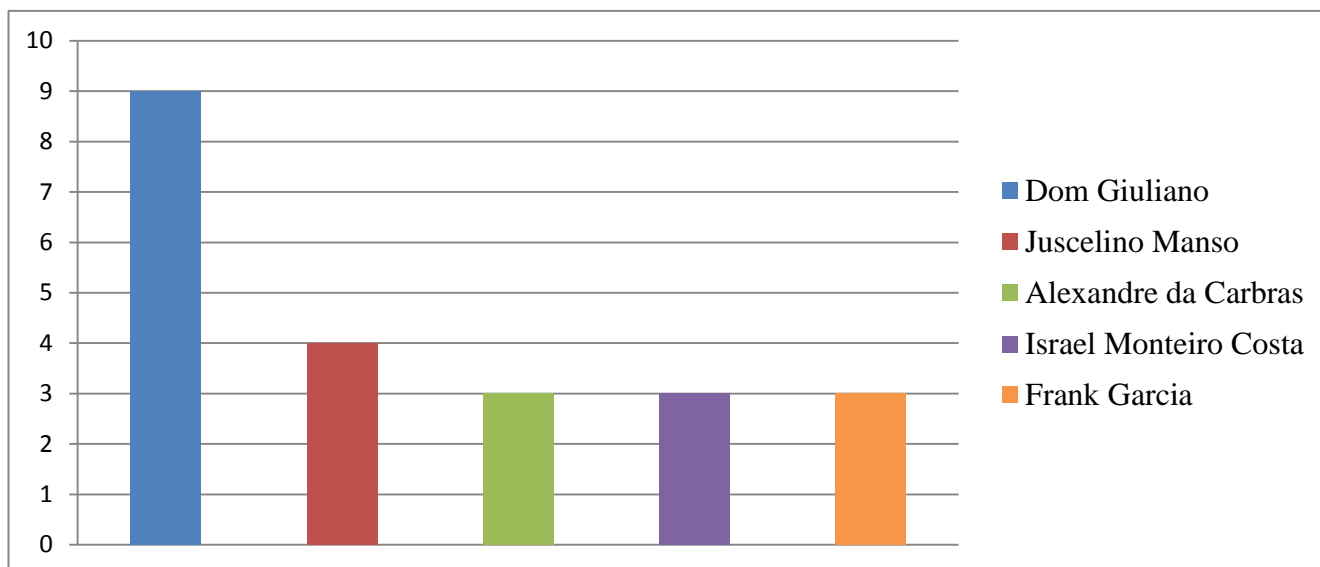


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

O grupo dos movimentos sociais, assim como o dos empresários, não indicou nenhum líder específico. Dom Giuliano é indicado sete vezes, Gil Gonçalves seis, Tadeu de Souza cinco, André Seffair quatro e Marcia Baranda duas. Apesar de o grupo ser distinto, pois abarca vários tipos de movimentos sociais, não houve um consenso de um líder específico.

4.2.3 Líderes Religiosos

Gráfico 10: Resultados específico dos líderes religiosos (n=11)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Os grupo dos líderes de religiosos indicaram Dom Giuliano seis vezes, Juscelino Manso quatro, Alexandre da Carbrás duas, Israel Monteiro Costa duas e Bi Garcia duas. Um resultado interessante é que três dos cinco líderes indicados pelos líderes religiosos são políticos. Esse dado aponta o forte vínculo instituído entre a igreja e a religião, uma característica geral do Brasil em seu processo de exploração e dominação do branco pelo índio. Entretanto, que se perdeu na maior parte dos Estados por uma quebra de interesses entre a religião e a política, em Parintins esse vínculo é latente.

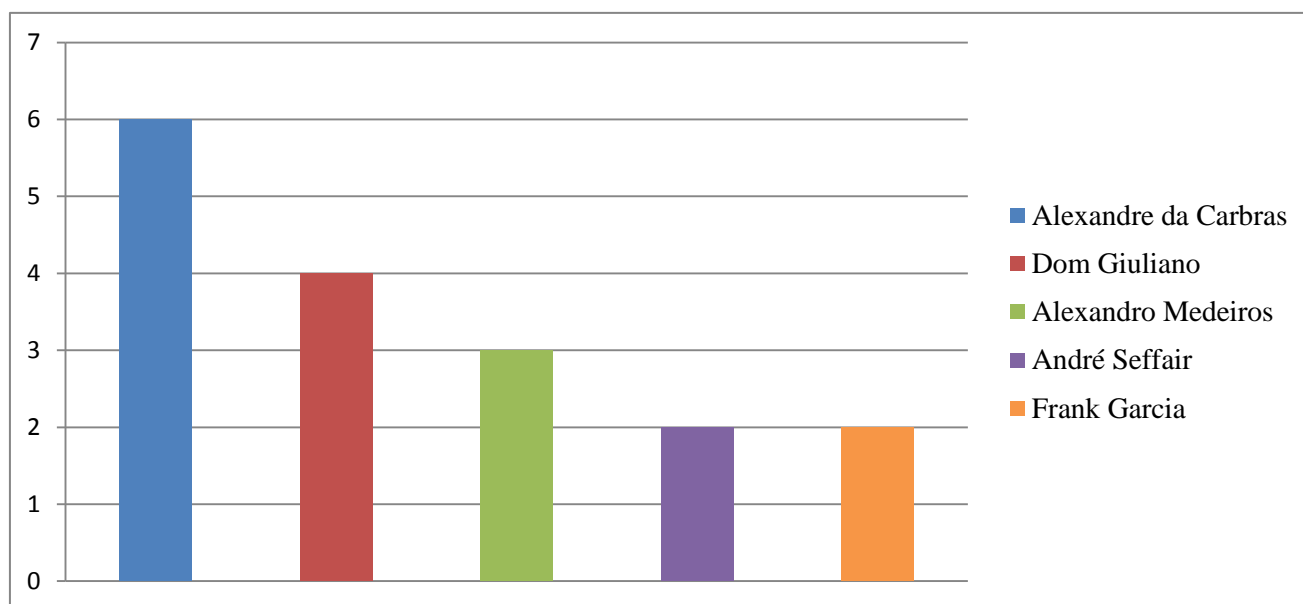
Juscelino Manso é ex-vereador e foi presidente da Câmara dos Vereadores de Parintins nos anos de 2011 a 2012, também é advogado e comerciante. O presidente da Câmara dos Vereadores tem um papel de liderança na política e representa a casa do povo, além das suas atribuições como presidente da câmara que lhe dão grandes poderes para formar opinião. Há outro ponto no contexto religioso que faz com que Juscelino seja indicado pelos religiosos: o seu histórico político em que criou leis municipais como a lei seca; por ser evangélico em uma instituição onde a maior parte dos vereadores são católicos; pela ementa sugerida ano passado para mudança do hino de Parintins.

O hino tem referências a Igreja Católica e a padroeira da cidade Nossa Senhora do Carmo. No início de 2012, Juscelino em secção na câmara dos vereadores propôs que o hino de Parintins fosse mudado e contemplasse o município e não fizesse referencias a uma religião específica. O pedido gerou grande conflito entre grupos religiosos que eram contra ou a favor, depois de diversas audiências públicas foi decidido que o hino não seria mudado. Esse fato gerou grande visibilidade para o ex-vereador no contexto religioso.

Outro formador de opinião que a categoria dos religiosos indica é empresário e religioso Israel Monteiro mais conhecido como “Natal”. Israel está em Parintins há 47 anos, é dono da Ferragens Natal e do Armario Natal, também dirigiu por muito tempo o grupo dos casais e de família da Igreja Católica de Parintins. Atualmente frequenta as missas da igreja católica e é membro da loja maçônica de Parintins. Desde que chegou a Parintins Israel desenvolveu um forte vínculo com a religião, devido a esses critérios acredita-se que ele foi indicado como formador de opinião por esta categoria.

4.2.4 Líderes Universitários

Gráfico 11: Resultado específico dos líderes universitários (n=7)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

O grupo dos universitários indicou Alexandre da Carbrás seis vezes, em segundo lugar está Dom Giuliano com quatro questionários, em terceiro Alexandro Medeiros com três, seguido de André Seffair e Bi Garcia ambos citados em 2 questionários.

O grupo universitário indicou um líder de opinião que está inserido em sua própria categoria, o professor da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), Alexandro Medeiros. Alexandro é filósofo, está em Parintins há quatro anos, ministra disciplinas de ciência política e filosofia em diversos cursos da Ufam. Realiza projetos de extensão sobre consciência política com alunos tanto de ensino superior como do ensino médio. Participa de movimentos sociais, participou das paralisações, passeatas promovidas pela universidade, se candidatou nas eleições para representante da UFAM, publica artigos em jornais locais e se posiciona sobre as ações políticas no município de Parintins. Por tais motivos acredita-se que a universidade o tenha como líder de opinião.

Salazar (2007 p. 04) afirma:

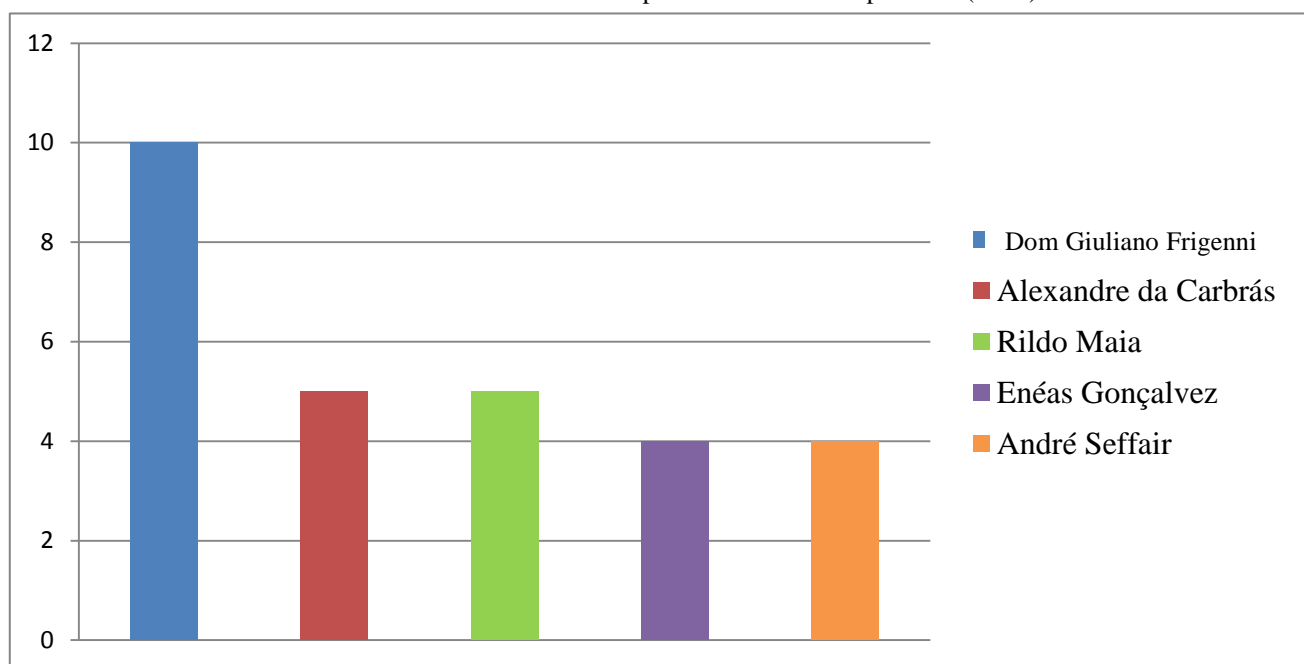
os professores universitários atuam como formadores de opinião para a construção da autonomia, da consciência crítica e da capacidade de problematização dos que se encontram no processo educacional. A glória do professor é o aluno que consegue ao longo do curso desenvolver a reflexão, a consciência crítica, a capacidade de problematização, o aluno que consegue pensar de forma coletiva, intervir no processo sócio

educacional. E isto só é possível na medida em que este aluno teve em seu caminho um professor transformador e juntos construíram ou re-significaram o sentido da aprendizagem.

O papel do professor universitário vai além de explicar assuntos e teorias do ensino superior, a universidade é um campo aberto para discussões e visões de mundo. O professor universitário tem um papel fundamental nesse contexto, pois além de passar os conteúdos da disciplina promove discussões dentro da sala de aula. O resultado de um professor ser apontado como um líder de opinião é interessante e demonstra que dentro da universidade, assim como outras categorias, há líderes que representem a instituição.

4.2.5 Líderes políticos

Gráfico 12: Gráfico do resultado específicos dos líderes políticos (n=28)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica gráfico acima a categoria dos políticos indica Dom Giuliano em 10 questionários, Alexandre da Carbrás em cinco, Rildo Maia também em cinco, Enéas Gonçalves e André Seffair foram indicados por quatro participantes. O grupo apresenta dois líderes específicos ambos são políticos.

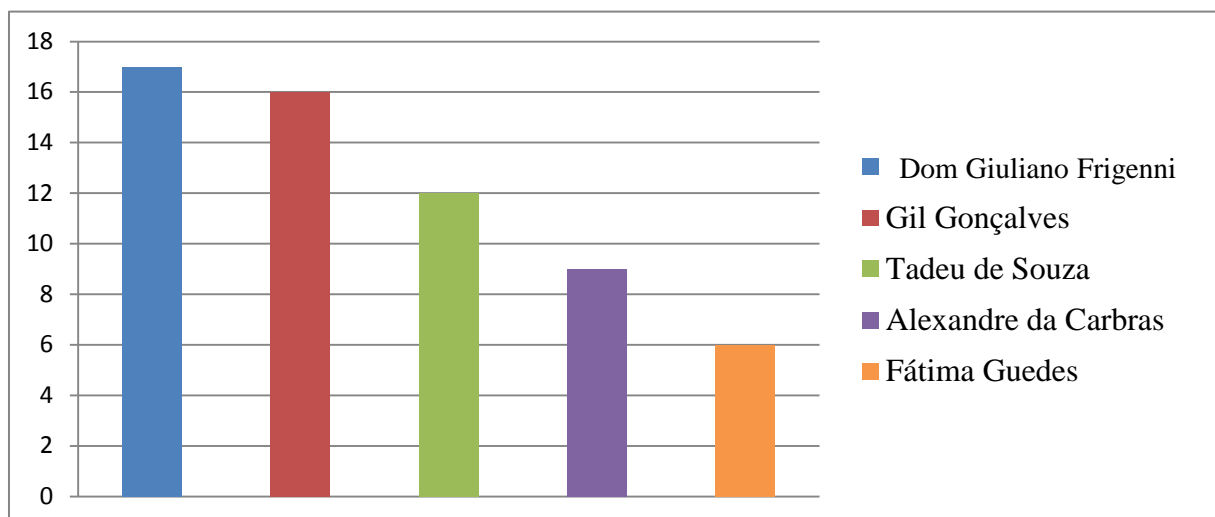
Rildo Maia é atual presidente da Câmara dos Vereadores de Parintins, foi eleito com sete dos 11 vereadores em janeiro de 2013. A função de presidente da câmara ou diretor da mesa, de acordo com a lei orgânica municipal, é de representação, administração e legislação.

Rildo como presidente da câmara desempenha as seguintes funções: orienta processos legislativos, profere votos de desempate nas deliberações, promulga lei, atua em nome da câmara e comanda serviços executivos. Ele é o único vereador que aparece na pesquisa como o mais citado, o dado é interessante, pois demonstra que pelo fato de ser presidente da câmara a sua influência é maior.

Outro formador de opinião indicado é Enéas Gonçalves Sobrinho. Enéas é presidente de partido político, foi vereador, prefeito de Parintins e deputado estadual, é sócio da rádio Clube e conselheiro político do atual prefeito Alexandre da Carbrás. O histórico político de Enéas é extenso, ele ocupou uma série de posições políticas e por tal motivo acredita-se que ele tenha sido indicado como formador de opinião.

4.2.6 Profissionais da Imprensa

Gráfico 13: Resultado específico dos profissionais da Imprensa (n=32)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o gráfico acima os profissionais da imprensa indicaram Dom Giuliano em 17 questionários, Gil Gonçalves em 16, Tadeu de Souza em 12, Alexandre da Carbrás em nove e Fatima Guedes em seis. O único resultado específico é a professora e líder dos movimentos das mulheres Fátima Guedes.

Um dado que chama atenção é a indicação de Gil Gonçalves e Tadeu de Souza que atuam na imprensa e são indicados pela categoria, esse resultado aponta que os profissionais da imprensa reconhecem o papel sociais dos comunicadores e os tem para si como líderes de opinião.

Fátima Guedes é professora aposentada de língua portuguesa foi pioneira na criação movimento das mulheres na final da década de 80, um dos movimentos sociais mais antigos do município de Parintins. O movimento luta a favor da inserção da mulher no mercado de trabalho, por direitos previstos na lei e por igualdade entre homens e mulheres. O movimento também desenvolve trabalhos contra a violência da mulher, pedofilia, corrupção, legalização do aborto, entre outras. Fátima também escreve semanalmente para uma coluna no jornal Plantão Popular.

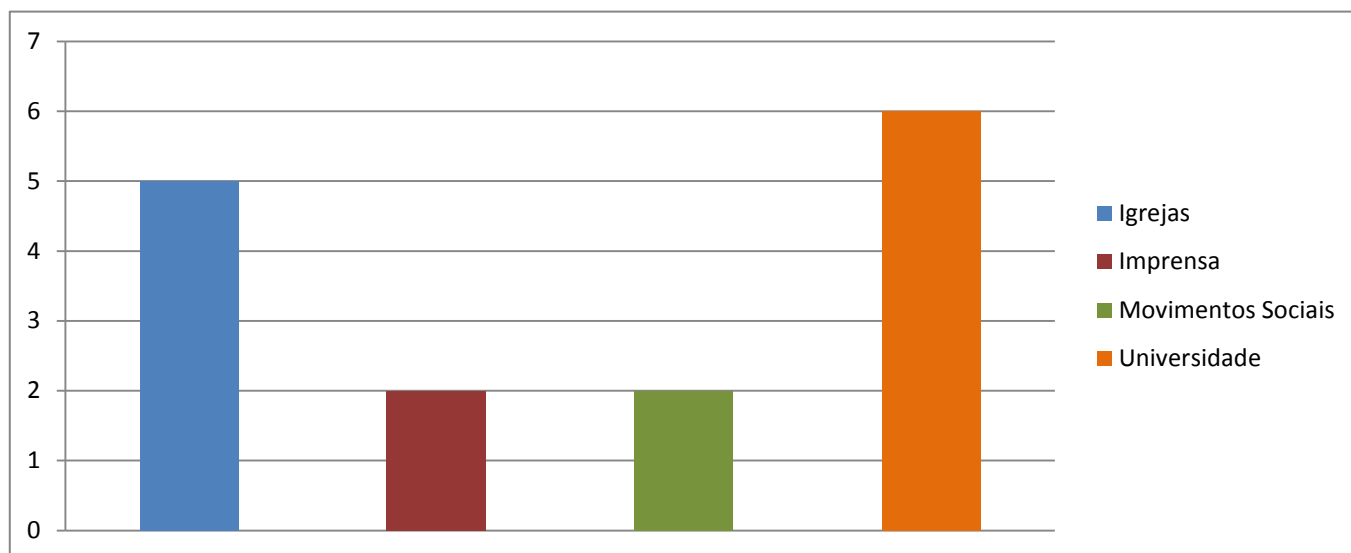
5. INSTITUIÇÕES DE MAIOR E MENOR CREDIBILIDADE

Este tópico indica as instituições de maior e de menor credibilidade a partir dos resultados dos questionários aplicados nesta pesquisa. O questionário continha as seguintes instituições: universidade, Câmara de Vereadores de Parintins, partidos políticos, imprensa, igrejas, associação comercial, Associação de Pecuaristas de Parintins (APP), sindicatos, movimentos sociais, associações folclóricas (boi-bumbás), lojas maçônicas, líderes empresariais, Prefeitura de Parintins, Governo do Estado do Amazonas e hospitais. Os participantes responderam a duas perguntas, na primeira optaram por três instituições que possuem maior credibilidade e na segunda pergunta indicaram três instituições que possuem menor credibilidade.

Da mesma forma que no capítulo anterior, optamos por analisar as instituições por resultados globais e específicos. Primeiramente as instituições que estão entre as três de maior credibilidade em mais de uma categoria, posteriormente as instituições específicas de cada grupo. Em segundo momento será apresentado as instituições de menor credibilidade.

5.1 Resultados Globais das Instituições de Maior Credibilidade.

Gráfico 14: Resultado global das instituições de maior credibilidade (n=100)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

5.1.1 Universidade

A universidade está em todas as categorias como a instituição de maior credibilidade. Na categoria dos empresários é citada seis vezes ocupando o cargo de segunda mais citada, em movimentos sociais está em 10 questionários sendo a instituição com o maior número de

indicações, na categoria religiosa é citada em sete questionários também se tornando a instituição mais citada, nos universitários está presente em cinco questionários ocupando o ranking da instituição mais credível e a imprensa a indica a universidade em 26 questionários a tornando a instituição mais citada.

A credibilidade das universidades existentes em Parintins, no caso Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e Universidade do Estado do Amazonas (UEA), são referentes ao papel social desenvolvido, ao atendimento dado a população e formação dos profissionais. As universidades públicas tem um caráter social e através dos trabalhos de pesquisa e extensão atendem a população parintinense e do baixo Amazonas nas mais diversas áreas e trazem descobertas por meio de trabalhos científicos.

Em projetos de extensão, as universidades atendem comunidades ribeirinhas, escolas, associações de bairros, mulheres vitimas de violência, idosos, usuários de drogas, pessoas com necessidades especiais, desenvolve projetos culturais, de conscientização política, preservação ambiental, entre outras. . Diversas oficinas e minicursos também são trabalhados dentro da universidade, os professores junto com os alunos prestam serviços de modo gratuito, por meio de projetos financiados pela própria universidade, Ministério da Educação, governo do Estado, entre outros.

A universidade também contribui com a formação intelectual e política do município, com a implantação dos institutos de ensino superior, os movimentos sociais, por exemplo, tomaram novas dimensões e viraram parceiros da universidade. Se comparado há anos anteriores, o número de passeatas e mobilizações é bem maior e conta com a presença de professores e acadêmicos

A neutralidade das universidades no caráter político e religioso também contribui para a instituição deter grande credibilidade, dessa forma a instituição não se expõe ao apoiar determinado candidato ou defender alguma religião. A indicação da universidade é interessante, pois demonstra a valorização que o município dá para educação. Por tais motivos acredita-se que a universidade é citada como instituição de maior credibilidade.

5.1.2 Igreja

Em todas as categorias abordadas a Igreja aparece como instituição de maior credibilidade do município. Os empresários indicaram a Igreja em seis questionários tornando-a a instituição de maior credibilidade, os movimentos sociais citam a igreja em 10 questionários se tornando a segunda instituição mais citada, os líderes religiosos apontam em seis questionários a igreja como instituição de grande credibilidade ocupando o segundo lugar, os universitários citam a igreja em quatro questionários, também se tornando a segunda

mais citada. Os profissionais da imprensa citam a igreja em 22 questionários sendo a segunda mais citada

Este dado segue a tendência latino-americana revelada por Azevedo (2004), em que 72% da população do continente sul-americano consideram a Igreja como instituição mais confiável. Para interpretar este resultado no contexto de Parintins é necessário entender o histórico em que a religião foi introduzida no município, principalmente o catolicismo, e as novas dimensões que as Igrejas tomaram.

Assim como em outras regiões do Brasil a colonização no estado do Amazonas foi feita com o intuito espiritual através de um longo processo, ocultando a finalidade econômica e dominante da evangelização. De acordo com Reis (1997), na região Amazônica as missões catequistas foram dirigidas primeiramente pelos Franciscanos da Província de Santo Antônio. As missões entendiam os problemas sociais como problemas espirituais e interviam na sociedade a fim de salvar seus membros:

(...) organizou tarefas distribuindo o pessoal, distribuindo instruções que compreendiam a educação dos colonos, a moralização da sociedade, a instrução especializada de teologia e filosofia de sacerdotes seculares e a conversão das tribos espalhadas às margens dos cursos fluviais (REIS, 1997 p. 17).

De acordo com o autor a igreja tem normas parecidas com os princípios do direito humano, como a igualdade entre todos os homens, verdade, justiça e caridade.

As igrejas desenvolveram três estágios de interpelações pessoais, grupais e grandes. Pois é comum tanto na igreja católica os fieis irem ao confessionário ou pedirem conselho aos padres, assim como nas evangélicas em que os pastores frequentam as casas dos fieis, momento em que se estabelecem as relações interpessoais. Relações grupais por meio de grupo de orações nos bairros e grandes em celebrações e por meio dos meios de comunicação.

Portanto, a grande credibilidade da instituição Igreja em Parintins pode estar relacionada por fundação da cidade, pelos avanços nos meios de comunicação, pela criação do Festival Folclórico evento que mobiliza a cidade e pelos dogmas institucionalizados que são interpretados pela sociedade como o correto a se seguir e pela própria fé em Deus, de acordo com o senso realizado.

5.1.3 Imprensa

Em duas categorias a imprensa é citada como instituição de maior credibilidade. O objetivo do jornalismo é informar a verdade dos fatos, o compromisso deve ser com o leitor em trazer dados concisos e informações que contribuam com o receptor da mensagem.

Os próprios profissionais da imprensa indicam a imprensa como instituição de maior credibilidade o que mostra que eles acreditam que os veículos que trabalham tem o compromisso maior de informar de forma imparcial. Outra categoria é universitária que também considera o jornalismo como instituição de grande credibilidade.

Traquina (2008), ressalta que o prestígio da imprensa foi adquirido através necessidades das pessoas se sentirem informadas sobre o que as rodeiam através do jornalismo, para terem embasamento para discussões cotidianas em seus grupos de convivência, e ainda arrisca pela fascinação do público por tragédias e comemorações.

Traquina (2008) afirma que a opinião pública é alimentada pela imprensa:

a imprensa atuaria como um elemento indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes(...) Os jornais eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania insensível (TRAQUINA, 2008 p.47)

As pessoas se querem saber sobre determinado assunto procuram os jornais impressos, rádio e tvs para saber o que ocorreu, por esse motivo que a mídia se constitui como grande detentora de poder de influência.

5.1.4 Organizações Sociais

Os movimentos sociais são indicados como instituição de credibilidade em duas categorias, na própria categoria dos líderes de movimentos sociais com cinco indicações e na categoria dos líderes político com sete indicações.

Os próprios líderes dos movimentos citarem a instituição com que estão envolvidos é como de maior credibilidade era até esperado, a própria categoria tem respeito por si própria e acredita que os movimentos sociais são agrupamentos respeitáveis e que transmite verdade. Os políticos também indicam os movimentos sociais talvez pelo envolvimento de ambos os grupos, que são muito procurados por vereadores e presidentes de partidos para firmar

parcerias em eleições e na busca das demandas das associações bairros ou outros movimentos.

O resultado é interessante, pois demonstra a credibilidade que os movimentos sociais adquiriram, e essa é uma das intenções dessa instituição se tornarem agentes de mudanças e respeitáveis perante a sociedade.

Mota (2007), afirma que as lutas sociais buscam mudanças na sociedade, essas lutas são provocadas por pessoas marginalizadas na sociedade, ou que se sintam prejudicadas com a forma do modelo social. Diante dessas contestações o movimento adquiriu visões amplas, e o próprio campo político, cria sugestões de mudanças que abrange todos os segmentos dessa sociedade plural.

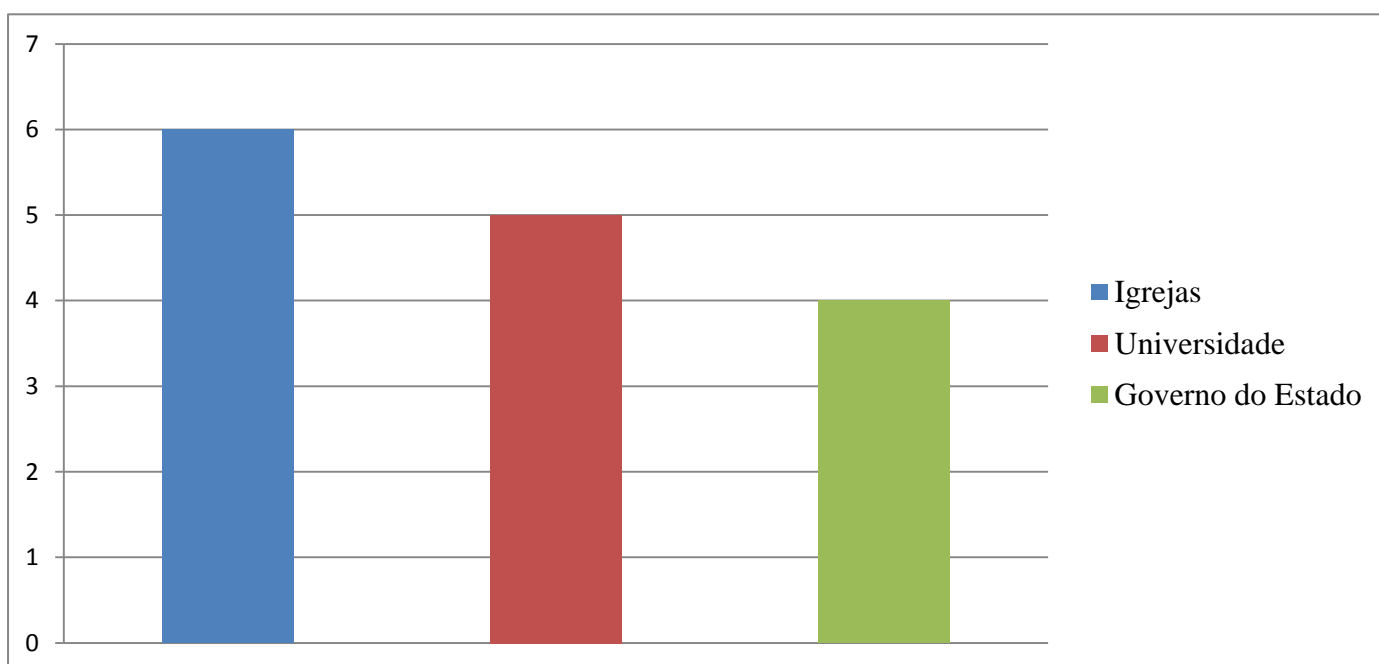
A credibilidade dos movimentos sociais sempre se relacionará com a busca por mudança e ao reconhecimento e percepção do debate, essa tendência também se dá em Parintins.

5.2 Resultados específicos das instituições de maior credibilidade

Neste tópico serão mostradas as instituições de maior credibilidade que foram citadas em apenas uma categoria, ou seja, os resultados específicos que cada grupo apresenta.

5.2.1 Instituições de maior credibilidade dos líderes empresárias

Gráfico 15: Instituições de maior credibilidade dos líderes empresariais (n=6)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o gráfico acima, os líderes empresariais indicaram como instituição de maior credibilidade a Igreja em seis questionários, a universidade em cinco e o Governo do Estado em quatro.

O único resultado específico do grupo é o Governo do Estado a instituição pode ter sido apontada pelos empresários, primeiramente pelo próprio poder de governança que o Estado possui em Parintins o poder é maior ainda, a receita do município é pequena referente as demandas o governo do Estado para execução de obras e projetos.

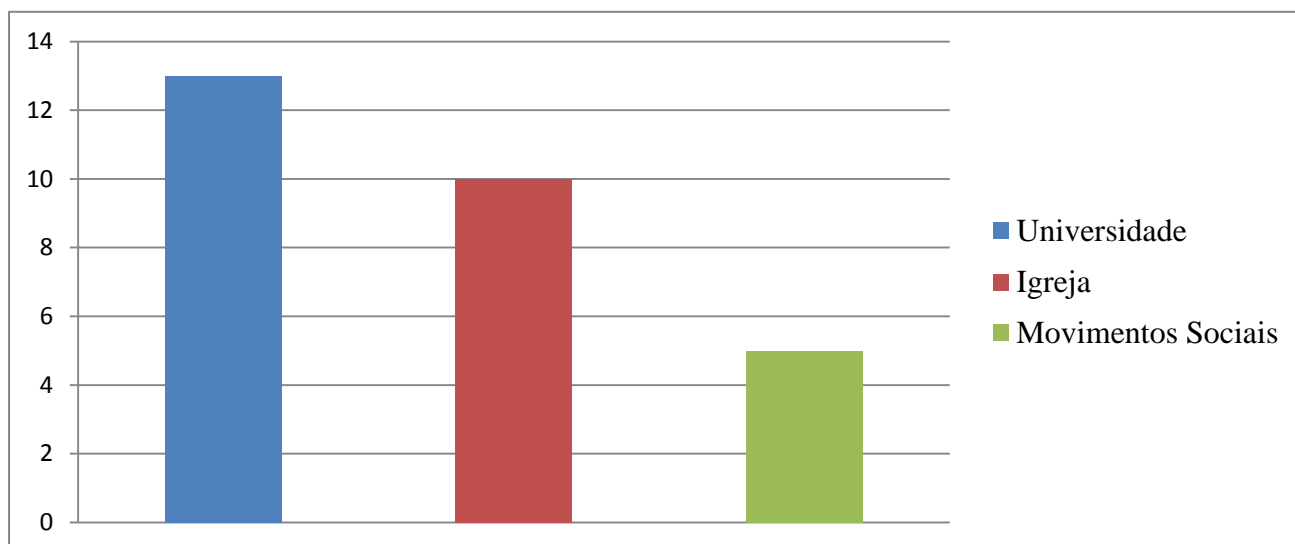
A categoria da imprensa também tem um forte vínculo com o governo Estadual, devido à política de incentivos fiscais que o Governo do Amazonas oferece a pequenas e médias empresas. Dentro esses incentivos estão redução de impostos, crédito fácil, concessões, financiamentos, entre outros.

De acordo Maciel (2010), esses incentivos se constituem de uma série de políticas públicas direcionadas aos setores econômicos, podem durar meses, anos e até mesmo décadas. Todos esses benefícios fiscais visam contemplar a política econômica, assim como manter investimentos empresariais no Estado. “Trata-se de um fenômeno dinâmico e multifacetado, que abrange (...) incontáveis incentivos a setores específicos da economia” (MACIEL, 2010 p.13).

Por tais contribuições que beneficiam a categoria empresarial, o Governo do Estado foi indicado como instituição de grande credibilidade.

5.2.2 Instituições de maior credibilidade dos líderes dos movimentos sociais

Gráfico 16: Instituições de maior credibilidade dos movimentos sociais (n=16)

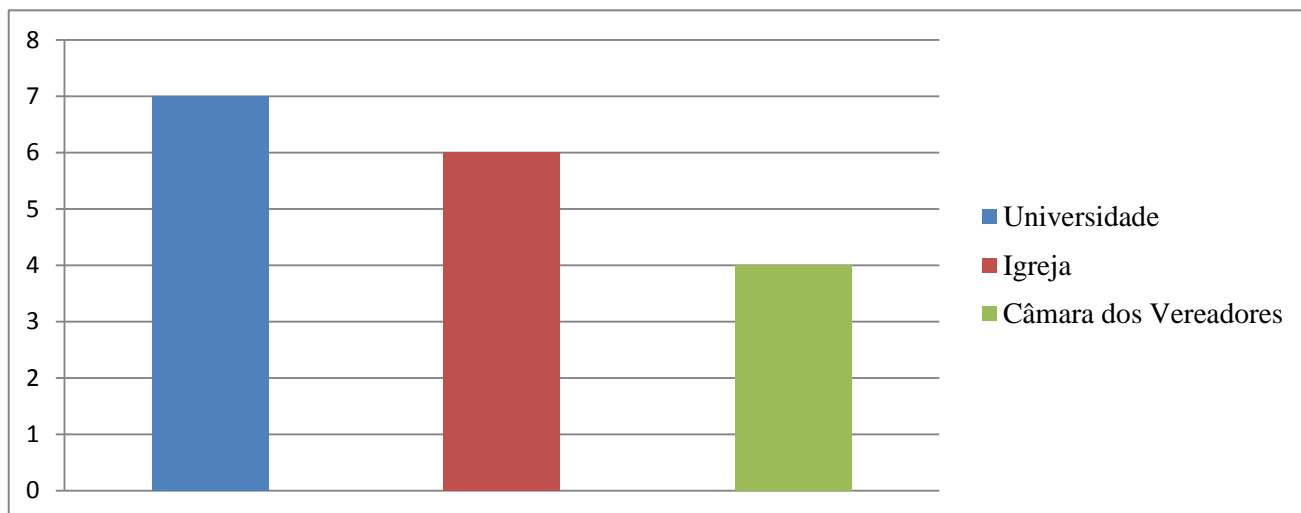


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

A categoria indica a universidade como instituição de maior credibilidade estando presentes 13 questionários, a Igreja aparece em 10 questionários e os movimentos sociais são citados cinco vezes. Todos esses resultados são globais o grupo não indica nenhuma instituição específica.

5.2.3 Instituições de maior credibilidade dos líderes religiosos

Gráfico 17: Instituições de maior credibilidade dos líderes religiosos (n=11)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

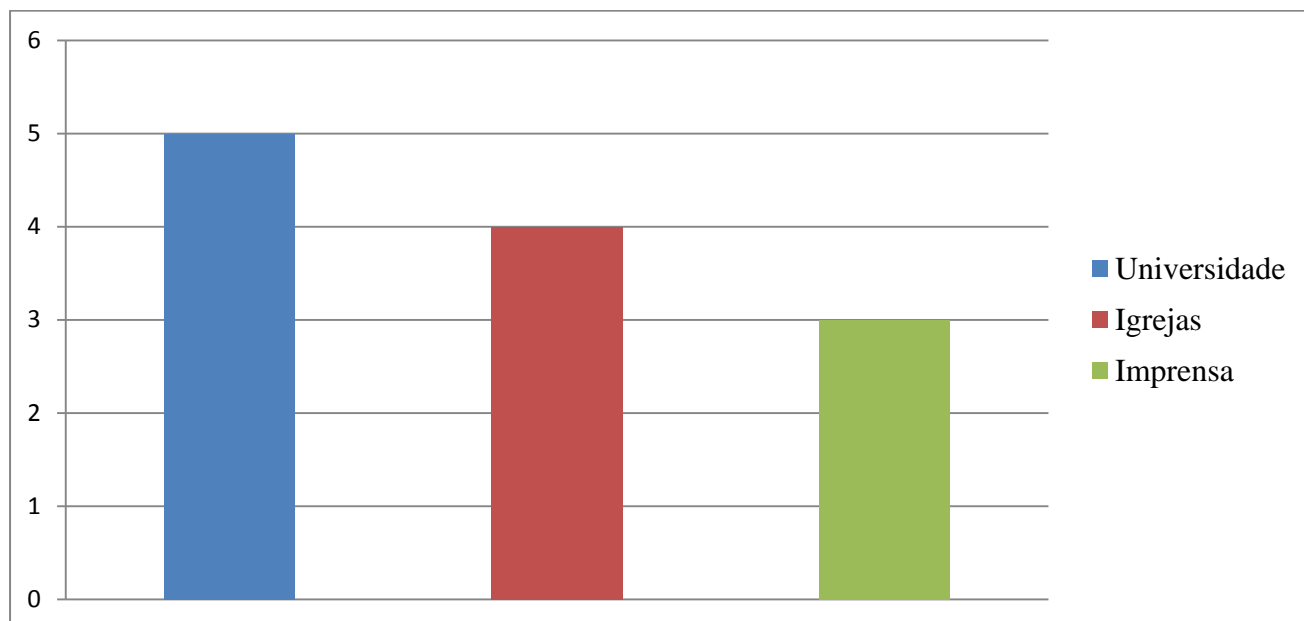
A universidade é indicada em sete questionários, a igreja em seis e a Câmara dos Vereadores de Parintins em quatro. O único resultado específico é o da Câmara dos Vereadores que é indicada como instituição de maior credibilidade. A Câmara Município é um poder legislativo do município de Parintins, é denominada como “casa do povo” ou “voz da população”.

De acordo com o Regimento Interno da Câmara Municipal de Parintins formulado em 2011 a instituição tem o papel legislativo, fiscalizador, julgador, administrativo, interativo, assessoramento e propositivo. Entre as funções exercidas pela Câmara Municipal está cassar o mandato de Prefeitos e Vereadores, apreciar vetor, tomar e julgar as contas do município, conceder títulos de cidadania ou honraria, requerer informações do prefeito sobre assuntos referentes à administração e fiscalizar órgãos públicos.

A Câmara de Parintins tem grande poder perante a fiscalização e a política do município, talvez por esses motivos parte dos líderes religiosos acreditam que a instituição tenha credibilidade.

5.2.4 Instituições de maior credibilidade dos líderes universitários

Gráfico 18: Instituições de maior credibilidade dos líderes universitários (n=7)

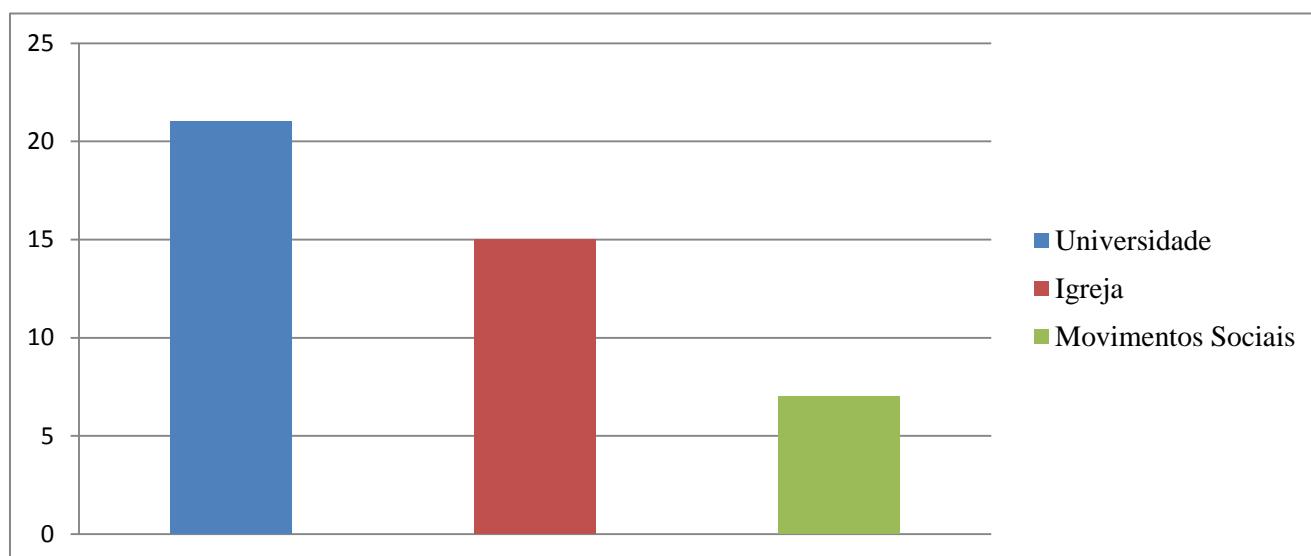


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

A categoria dos líderes universitários indica a universidade em cinco questionários, a igreja em quatro e a imprensa em três. Não há nenhum resultado específico, todas as instituições citadas aparecem em outras categorias.

5.2.4 Instituições de maior credibilidade dos líderes políticos

Gráfico 19: Instituições de maior credibilidade dos líderes políticos (n=28)

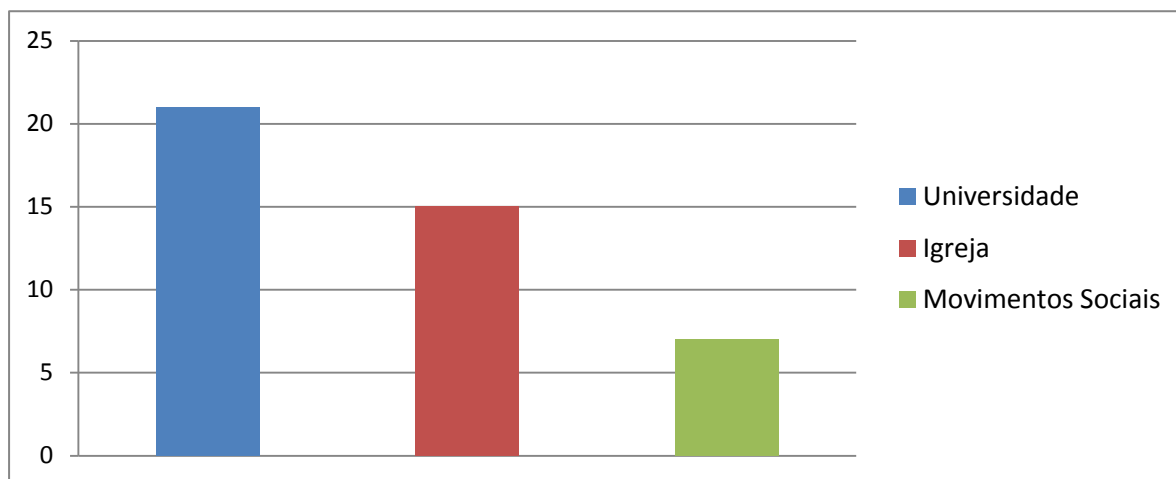


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Com o indica o gráfico, os líderes políticos indicaram a universidade em 21 questionários, a igreja em 15 e os movimentos sociais em sete. Todos os resultados apresentados pela categoria são resultados globais, o grupo não apresenta nenhuma instituição específica.

5.2.5 Instituições de maior credibilidade dos profissionais da imprensa (n=32)

Gráfico 20: Instituições de maior credibilidade dos profissionais da imprensa (n=32)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

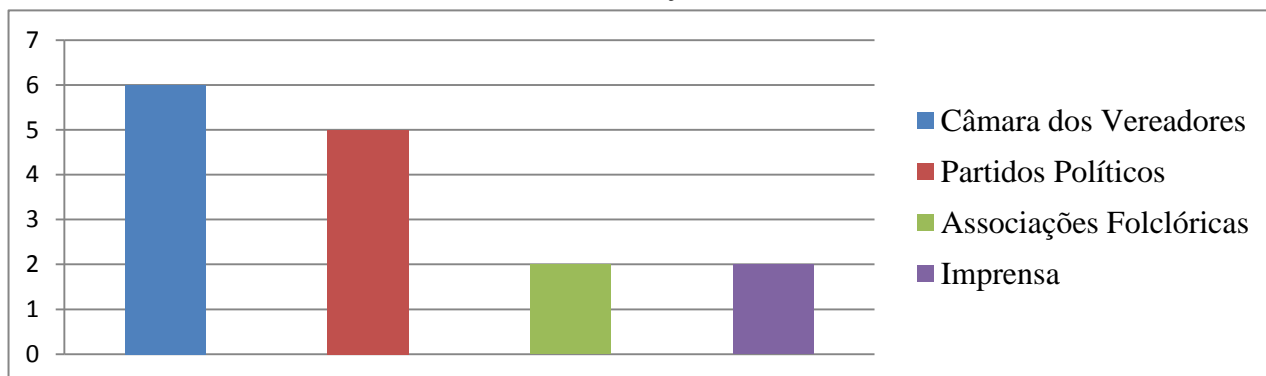
A categoria dos profissionais da imprensa indica a universidade em 26 questionários, a Igreja em 23 questionários e a Imprensa em 14. Não há nenhum resultado específico, todas as instituições citadas aparecem em outras categorias.

5.3 Instituições de Menor Credibilidade

Neste tópico serão apresentadas as instituições que foram consideradas pelos participantes desta pesquisa como instituições de menor credibilidade

5.3.1 Resultado Global das Instituições de Menor Credibilidade

Gráfico 21: Resultado Global das Instituições de Menor Credibilidade



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

5.3.2. Câmara dos Vereadores de Parintins

A Câmara dos Vereadores é indicada como instituição de menor credibilidade em todas as categorias abordadas nesta pesquisa. Os empresários indicaram a instituição em cinco questionários, os movimentos sociais também em cinco, o grupo dos religiosos em quatro, o universitário em dois, os líderes políticos em 12 e os profissionais da imprensa em 16 questionários.

Houve um consenso de todos os grupos ao indicar a Câmara Municipal como instituição de menor credibilidade, a escolha pode ser decorrente dos escândalos que envolveram a instituição nos últimos anos: cassação de mandando de vereador por desvio de verbas, vereador acusado de pedofilia, vereadores sendo investigados pelo Ministério Público. Apesar da Câmara ter o dever fiscalizar as ações da Prefeitura Municipal a maior parte dos vereadores e até mesmo o presidente da mesa são aliados do prefeito, essa não é uma tendência exclusiva de Parintins, mas de todo Brasil.

Cinnanti (2011), afirma que o descrédito da população pela política é antigo e vem aumentando com o decorrer do tempo com a falta de responsabilidade dos agentes políticos em relação ao seu eleitorado. A Câmara Municipal representa o poder legislativo e cidadãos esperam que a legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência da administração pública sejam valores que devem fundamentar todas as ações.

O parlamento brasileiro, nas diversas esferas e unidades federativas, tem protagonizado escândalos amplamente repercutidos na mídia, nos quais parlamentares encontram-se envolvidos em corrupção. A recorrência desses eventos levou o Poder Legislativo ao descrédito generalizado, refletindo-se na construção de imagem negativa perante a opinião pública. A baixa avaliação ocorre também dentro das instituições legislativas, cujos servidores ora incorporam uma autoimagem negativa, ora dissociam-se da organização, como se dela não fizessem parte, evitando uma identificação pessoal com as práticas que reprovam, conforme demonstram pesquisas de valores e de clima organizacional realizadas no âmbito do Legislativo. (CINNANTI, 2011 p.07).

A Câmara Municipal de Parintins está incluída nesse aspecto de descrença pelo formadores de opinião desta pesquisa e pelos próprios políticos, 11 de 28 entrevistados que são líderes políticos indicaram a instituição como baixa credibilidade. Essa dado aponta que por mais que os líderes estejam envolvidos com a política recriminam a imagem negativa que a Câmara Municipal tem. E por mais que ações validas de melhoria sejam feitas pela instituicao poucas são difundidas na mídia ou pelos líderes de opinião.

5.3.3 Partidos Políticos

Assim como a Câmara dos Vereadores os partidos políticos são instituições que representa a política em Parintins. Pela insatisfação com o poder legislativo e com a política de um modo geral, os partidos políticos são considerados por cinco categorias como instituição de menor credibilidade. Os empresários citam o partidos políticos em cinco questionários, os movimentos sociais em nove os religiosos em três, o universitário em dois, os líderes políticos em 10 e a imprensa em 14 questionários.

A falta de credibilidade pode ser decorrente de dois fatores: falta de identidade dos partidos políticos e inexistência da atuação política dos partidos no município. Atualmente em Parintins não existem partidos que trabalhem com notórios movimentos de mulheres, jovens, idosos ou qualquer outro grupo. Os partidos se mobilizam na maior parte, em épocas eleitorais e com as campanhas de seus candidatos, fora esses período é raro haver reuniões, encontros ou discussões com a sociedade civil. Nas manifestações é possível encontrar líderes de partidos ou filiados, mas grande parte das reivindicações são apartidárias.

Os eleitores elegem um candidato muito mais pelo sua postura, do que pelo partido. O candidato se sobre sai, dessa forma, os partidos são meras siglas que são usadas para eleger determinados candidatos. São raros os casos em que os eleitores votam em um candidato pela ideologia do partido ou pelas relações que o partido tem com a sociedade e filiados.

Melo et al (2011) afirma que os partidos políticos chegaram em um ponto que ninguém sabe mais quem é oposição ou situação. Com a fase do desenvolvimento da sociedade apoiado pelo poder econômico e político os partidos começam a perder o seus princípios, a parti dai surgiu o autoritarismo, caudilhismo, corrupção, clientelismo e a demagogia. Dessa forma, os partidos são mercas exigências para candidatura.

A falta de credibilidade dos partidos políticos também está ligado ao pouco tempo de existência dos partidos no Brasil. Na Europa, por exemplo, existem partidos que foram fundados há mais de um século, os partidos políticos brasileiros mais conhecidos são o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Social Democracia Brasileira (PSDB) que tem cerca de 30 anos, o que também é pouco se comparada a outras instituições (MELO ET AL, 2011).

Por tais motivos os formadores de opinião desta pesquisa indicaram os partidos políticos como instituições de menor credibilidade.

5.3.4 Imprensa

Ao mesmo tempo em que a imprensa é citada como instituição de maior credibilidade pelos líderes universitários e pelos profissionais da imprensa, também é citada pela categoria universitária como instituição de menor credibilidade em dois questionários e pelos empresários em quatro questionários. O resultado aponta que dentro do próprio grupo dos universitários não há um consenso em relação a credibilidade da imprensa.

A falta de credibilidade da imprensa está associada a manipulação das informações que beneficiam grupos políticos, e dão espaços e privilegio de fonte que são dadas a certa pessoas. É comum em Parintins ver matérias semanais de determinados deputados estaduais ou senadores e inúmeros adjetivos se referindo há uma pessoa e as ações que elas fazem. Os grandes jornais não sobrevivem apenas da venda de jornal, os anúncios são a maior fonte de renda dos veículos. Como no interior os preços pago por anúncios é pequeno, os jornais tem que se associar a grupos políticos e publicar releases ou matérias que vanglorizem determinados grupos para sobreviver no mercado.

Essa prática é antiga e não é específica de Parintins, está presente em todos os lugares do Brasil, e apesar de ser criticada no campo acadêmico e ético da comunicação é uma atividade comum nos jornais impressos, televisivos ou radiofônicos. Até mesmo os próprios donos de jornais são grandes empresários que estão vinculados a política e defendem seus interesses através dos seus veículos.

ACCACIO (2008), afirma que existe a imprensa marrom, que é feita por apurações mal feita, incertezas e deslizos e até mesmo notícias mentirosas e avassaladoras. Esse tipo de imprensa destorce as notícias para manipular a população e formar uma opinião pública que acate os interesses das empresas jornalísticas e dos grupos que estão vinculadas. Até mesmo os jornais tradicionais, como o New York Times, que é visto como exemplo de imprensa para o mundo inteiro, tem esses deslizos que acabam por enfraquecer o jornalismo.

A falta de credibilidade da imprensa em Parintins evidencia que os formadores de opinião se utilizam de um filtro para averiguar as matéria e utilizam de outros meios para se fundamentar sobre os acontecimentos políticos e sociais do município de Parintins.

5.3.5 Associações Folclóricas (bois-bumbás)

A Associação Folclórica Boi-bumbá Caprichoso e a Associação Folclórica Boi-bumbá Garantido foram indicadas como instituição de menor credibilidade pela categoria religiosa em três questionários e pela política em nove questionários.

As agremiações folclóricas dos bois-bumbás são as maiores associações de Parintins. O Garantido possui 3.500 sócios, o Caprichoso possui 1.500 sócios. As duas associações são partes fundamentais para a realização do maior evento folclórico do norte do Brasil, o Festival Folclórico de Parintins. O festival consiste em uma série de apresentações folclóricas de Parintins e tomou uma grande dimensão pela apresentação dos bois-bumbás que retratam a Amazônia em três dias de festa.

O evento é uma importante fonte de econômica, as associações desenvolvem projetos sociais e se tornam fonte de emprego e renda para população, o que deveria ser uma instituição de credibilidade é apontada por duas categorias como instituição de menor credibilidade. Esse resultado ocorre por interesses pessoais serem postos na frente do interesse da associação de forma geral, por se tratar de associação as decisões deveriam ser tomadas em assembleias e envolver a participação de todos os sócios.

A maioria das decisões ligadas ao regimento e a prestação de conta são repassadas aos sócios por meio de assembleias, mas nem metade dos sócios frequentam as reuniões ou questionam a diretoria da associação formada presidente, vice-presidente, conselheiros, diretores e coordenadores. As associações têm históricos de escândalos vinculados desvio de verba e ao benefício de grupos empresários, por se tratar de associações não é necessário licitar materiais, sendo assim, as matérias primas geralmente são compradas de fornecedores ou empresários que estão vinculados às associações.

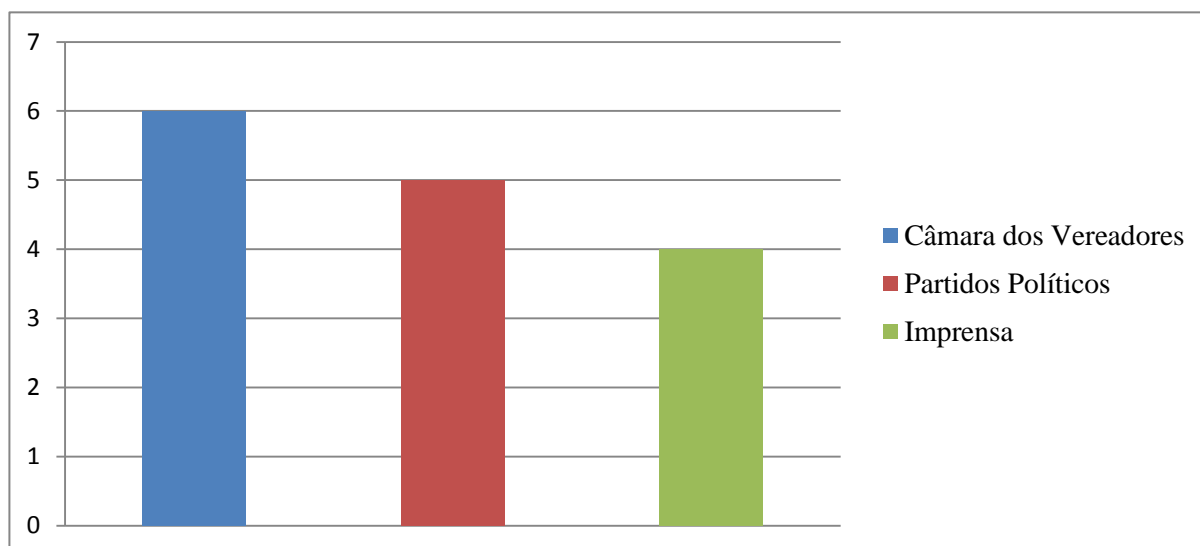
Diversas grande empresas como Petrobras, Coca-cola, e Eletrobrás são patrocinadores oficiais dos bois-bumbás, juntas investem cerca de dois milhões de reais em cada agremiação, fora a ajuda de custo do governo do estado. Enquanto todos esses investimentos são dados nos bois-bumbás em três dias de Festival, outras demandas são esquecidas como saúde, segurança e educação. Por tais motivos acredita-se que as agremiações folclóricas Caprichoso e Garantido são deixadas consideradas como instituição de menor credibilidade.

5.4 Resultados específicos das instituições de menor credibilidade

Neste tópico serão apresentados os resultados específicos das instituições que possuem menor credibilidade, ou seja, instituições que são indicadas apenas em uma categoria.

5.4.1 Instituições de menor credibilidade dos líderes empresariais

Gráfico 22: Instituições de menor credibilidade dos líderes empresariais (n=6)

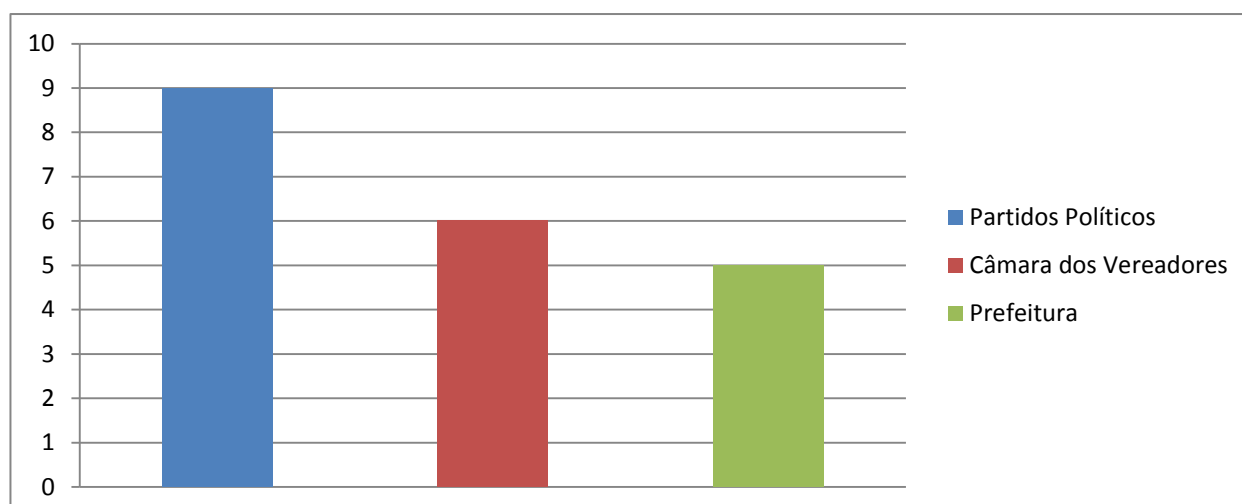


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como ilustra o gráfico a categoria dos empresários em seis questionários a Câmara Municipal é citada como instituição de menor credibilidade, cinco indicam os partidos políticos e quatro a imprensa. Os resultados indicados são globais, aparecem em outras categorias, o grupo do empresariado não apresenta nenhum resultado específico.

5.4.2 Instituições de menor credibilidade dos movimentos sociais

Gráfico 23: Instituições de menor credibilidade dos movimentos sociais (n=16)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

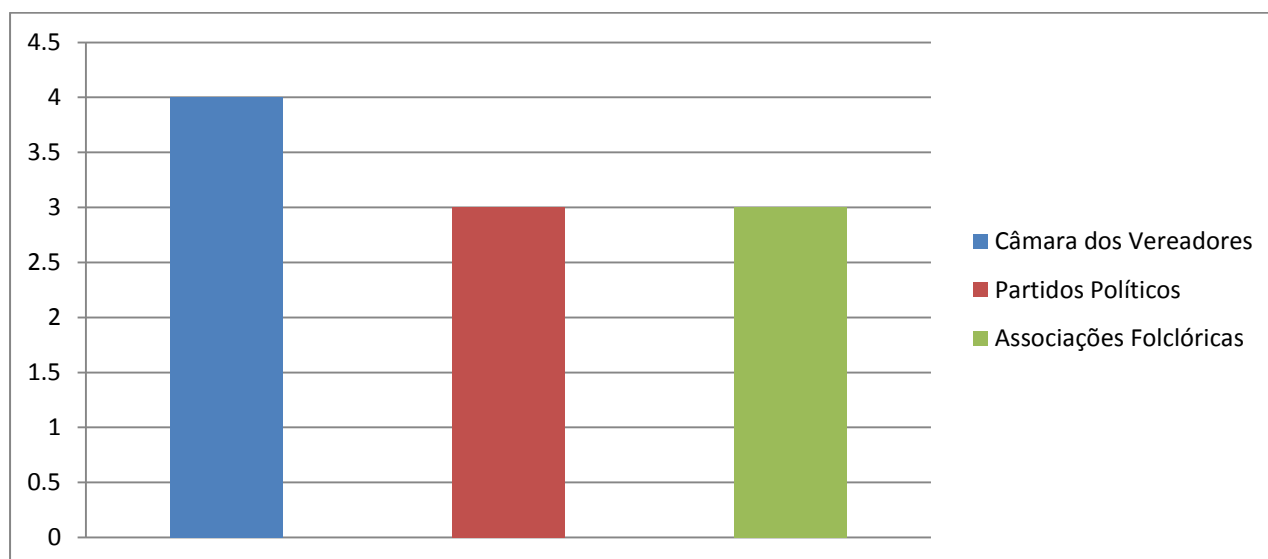
Conforme indica o gráfico o grupo dos movimentos sociais indica os partidos políticos em nove questionários, a câmara dos vereadores em seis e a prefeitura em cinco. A Prefeitura Municipal de Parintins é um resultado específico deste grupo, a instituição não é citada em nenhuma outra categoria.

A história dos movimentos sociais desde o início é ligada as lutas em favor de direitos iguais e políticas públicas que beneficiem a toda a população, esses movimentos tem um histórico de luta contra o Estado e o modo como a política é implantada. Pode ser que a categoria cite a Prefeitura Municipal de Parintins como instituição de menor credibilidade, por não se sentir contemplada com as políticas públicas e com o modo com que o poder municipal trata as questões sociais e com as próprias prioridades que o governo dá para determinadas ações deixando de lados outras questões sociais, que sob o ponto de vista social são mais importantes.

O fato da Prefeitura de Parintins ser citada não é devido a um prefeito ou outro, é pela própria instituição que em uma sequencia de anos desenvolveu um modo de política que não atendeu a população de um modo geral. Pode ser que os próprios movimentos sociais não sejam ouvidos e contemplados com os benefícios que são pedidos. Dessa forma a categoria indica a instituição como menor credibilidade

5.4.3 Instituições de menor credibilidade dos líderes religiosos

Gráfico 24: Instituições de menor credibilidade dos líderes religiosos (n=11)

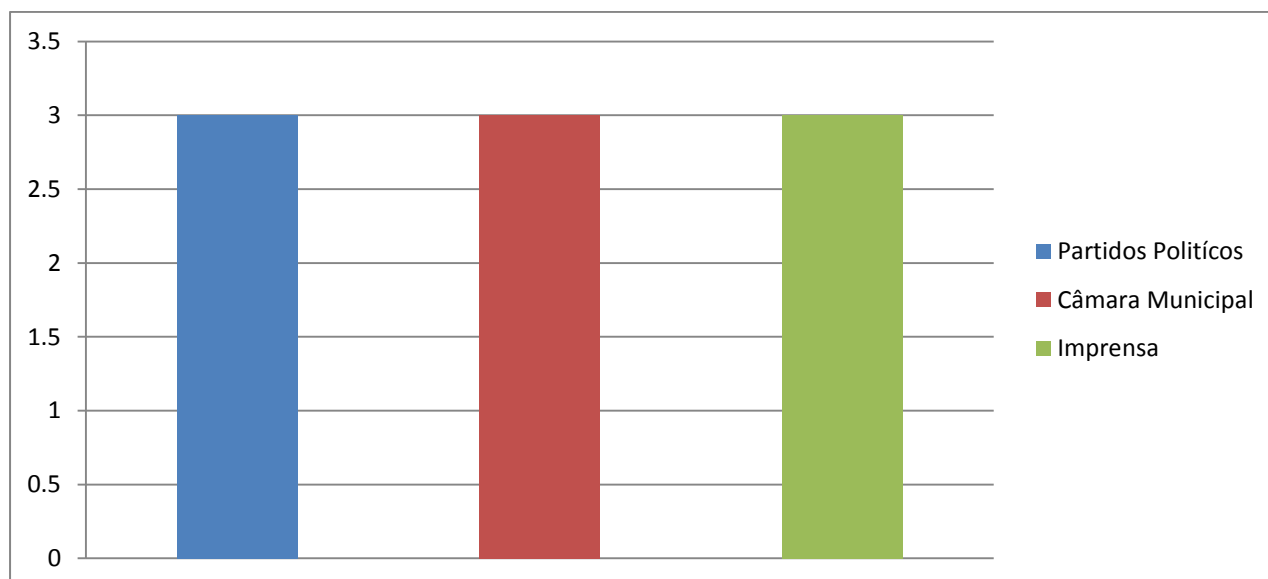


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o gráfico dos líderes religiosos, a Câmara Municipal de Parintins é citada como instituição de menor credibilidade em quatro questionários, os partidos políticos em três e associações folclóricas dos bois-bumbás Caprichoso e Garantido também. Os resultados apresentados não se diferem dos resultados globais, estão presentes em outras categorias. Entretanto, a Câmara dos Vereados é citada como instituição de maior credibilidade pelos próprios religiosos em quatro questionários, não há um consenso entre os líderes religiosos sobre a credibilidade dessa instituição pública. Os líderes religiosos diferem da opinião, talvez pelo papel importante que a Câmara como vigilante do poder municipal e como formadora de lei possui adquire respeito dos religiosos e falta de credibilidade por essas ações que não são realizadas.

5.4.4 Instituições de menor credibilidade dos líderes universitários

Gráfico 25: Instituições de menor credibilidade dos líderes universitários (n=7)

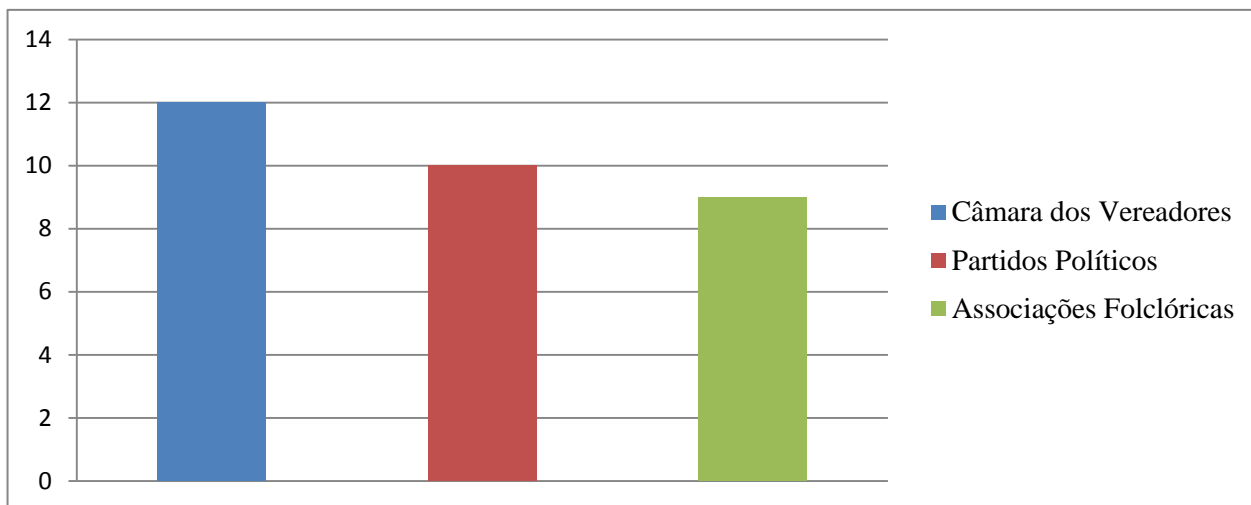


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Conforme indica o gráfico os partidos políticos são indicados como instituição de menor credibilidade em 3 questionários, Câmara Municipal de Parintins em 3 e a imprensa também em 3 questionários. O grupo não representa nenhum resultado específico, mas é interessante que a imprensa é citada como instituição de maior credibilidade por 4 líderes e o mesmo grupo a indica como menor credibilidade. Os líderes universitários têm opiniões divergentes, dentro do próprio grupo há pontos de vista que se diferem, não há um consenso.

5.5.5 Instituições de menor credibilidade dos líderes políticos

Gráfico 25: Instituições de menor credibilidade dos líderes políticos (n=28)

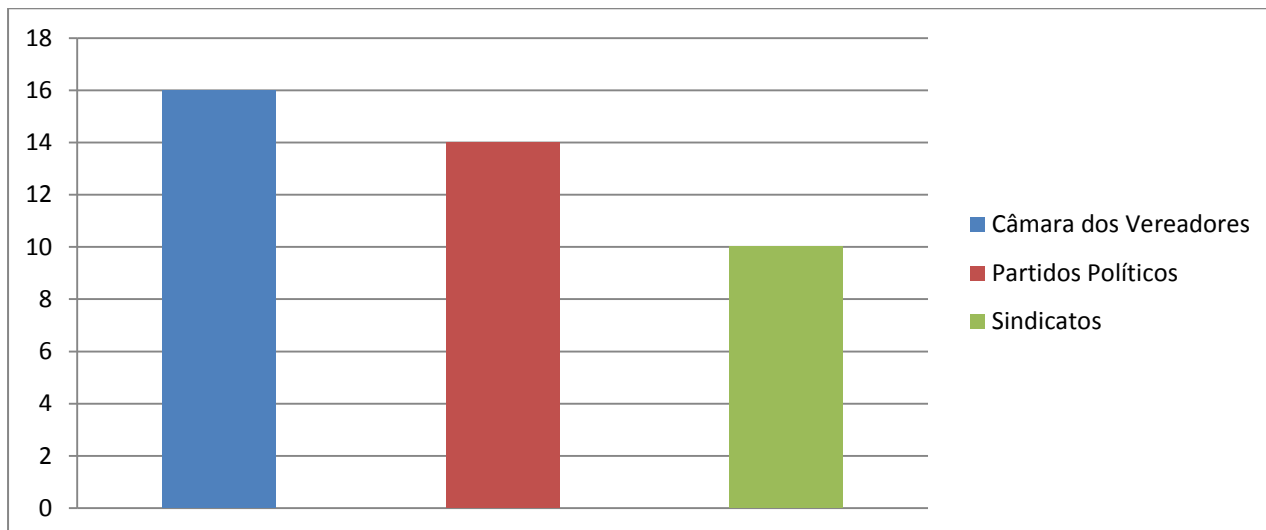


Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Como indica o gráfico acima os líderes políticos tem para si como instituição de menor credibilidade a câmara dos vereadores estando presente em 12 questionários, os Partidos Políticos em 10 e as Associações Folclóricas em nove. Todos os resultados apresentados também são indicados em outras categorias, dessa forma, os líderes políticos não apresentam nenhuma instituição de menor credibilidade que seja indicada apenas por essa categoria.

5.5.6 Instituições de menor credibilidade dos profissionais da imprensa

Gráfico 26: Instituições de menor credibilidade dos profissionais da imprensa (n=32)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora no período de fev/2013 a mai/2013

Conforme indica o gráfico, os profissionais da imprensa afirmam que a câmara dos vereadores é uma instituição de menor credibilidade em 16 questionários, os partidos políticos em 14 e os sindicatos em 10. O único resultado específico apontado pela categoria é os sindicatos.

A indicação dos sindicatos pode ser decorrente da pouca atuação dessa instituição no município. O sindicato mais ativo no município é Sindicato de Pescadores (Sindpesca), fora ele nenhuma outra categoria profissional tem sindicato ativo, até mesmo os próprios profissionais da imprensa não são organizados. Por tais motivos acredita-se que a instituição tenha pouca credibilidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo partiu da premissa que além dos meios de comunicação existem outros canais de influência dentro da sociedade, entre esses os agentes sociais que tem o poder de influenciar a opinião dos indivíduos. O objetivo desta pesquisa era identificar quem são os principais formadores de opinião de Parintins e as instituições que possuem maior e menor credibilidade no município. Os resultados foram colhidos através de 100 questionários e apontados em nível global e específico.

Desde o início da pesquisa havia hipóteses de nomes que seriam indicados, por seus tradicionais cargos ocupados, como exemplo Dom Giuliano, prefeito Alexandre da Carbrás e o ex-prefeito Bi Garcia. Mas, houve menções que surpreenderam e enriqueceram as especificidades do trabalho como Fátima Guedes, Alexandro Medeiros, Israel Monteiro e André Seffair. As indicações das instituições também merecem destaque, como o caso do reconhecimento da universidade como instituição de maior credibilidade e a ampla insatisfação dos participantes da pesquisa perante a câmara dos vereadores e partidos políticos.

Os resultados dessa pesquisa oferecem subsídios para o entendimento da dinâmica comunicacional e do contexto social de Parintins. A partir da identificação dos principais formadores de opinião um traçado para futuras campanhas comunicacionais foi aberto. Os líderes de opinião tem o poder de ditar e sugerir atitudes e hábitos, o que é interessante em campanhas comunicacionais, seja campanhas eleitorais, exploração sexual ou quaisquer outros assuntos. A difusão da informação se vinculada a um formador de opinião terá mais peso.

O meio pelo qual os agentes sociais expressam sua influência varia de acordo com o cargo ocupado, status e poder econômico. O bispo Dom Giuliano exercita a sua influência em diversos canais de comunicação, por meio da emissora católica Alvorada que está a sua disposição, com fiéis da igreja e das pessoas que estão vinculadas a diocese de Parintins. Giuliano atua nos três níveis de comunicação: interpessoal; grupal e coletivo.

O prefeito Alexandre da Carbrás e o ex-prefeito Frank Garcia possuem veículos de comunicação ao sua disposição - ambos possuem programas de rádio diário - além de contar com vínculos políticos fortes que envolvem outros formadores de opinião como presidentes de partidos, vereadores, jornalistas, presidentes de movimentos sociais e empresários. A Prefeitura de Parintins possui cerca de dois mil funcionários é uma das maiores fontes de emprego e renda do município, os empregados tendem a seguir determinações e estão sob a

influência do principal chefe da prefeitura. Ambos atuam na comunicação interpessoal, grupal e coletiva.

Gil Gonçalves e Tadeu de Souza são comunicadores trabalham diariamente com os meios de comunicação de massa, suas mensagens chegam a centenas de pessoas. O principal canal de influência deles é o coletivo. É necessário destacar que Gil Gonçalves além de comunicador possui vínculos inseridos na oligarquia política e na Associação Folclórica boi-bumbá Caprichoso, além dos meios massivos a comunicação interpessoal e grupal também faz parte dos seus canais de influência.

O promotor de justiça André Seffair frequenta programas de entrevista, realiza palestra, foi professor na Universidade Estadual do Amazonas, dialoga com movimentos sociais, participa de rodas de conversa e atende queixas e denúncias da população. Os canais de comunicação que André Seffair utiliza são canais interpessoal e grupal, esse contato com os diversos grupos o faz um formador de opinião em Parintins.

Marcia Baranda exerce a sua influência através dos grupos políticos fortes que a apoiam, por estabelecer boas relações com outros empresários do município, por atualmente estar no cargo de presidente da Associação Folclórica boi-bumbá Caprichoso que possui mais de mil sócios e por ser chefe de mais de 50 funcionários em seus comércios. A comunicação interpessoal e grupal faz com que Márcia seja uma das formadoras de opinião em Parintins.

Éneas Gonçalves tem como canais de comunicação a rádio Clube AM no qual é sócio e no contato político que possui por ter sido vereador, prefeito de Parintins e agora conselheiro político do atual prefeito, utiliza o nível de comunicação coletivo e principalmente grupal e interpessoal. Rildo Maia é presidente da Câmara dos Vereados e bem visto por políticos por isso é indicado como formador de opinião pela categoria, seus vínculos de comunicação é com os eleitores que o elegeram e com os grupos políticos com que faz parte.

Israel Monteiro tem como canais de influência o grupo religioso por ter sido por muitos anos difusor dos ensinamentos católicos para as famílias de Parintins e pelo vínculo com seus funcionários nos empreendimentos que possui. Os níveis de comunicação utilizado são interpessoal e grupal. Juscelino Manso estabelece seus vínculos comunicacionais através dos grupos que está vinculado e pelas conversas informais tanto no campo político como no campo religioso. Não possui voz nos meios de comunicação de massa, sua influência é estabelecida nos níveis interpessoal e grupal.

Fátima Guedes e Alexandro Medeiros são professores e fazem parte dos movimentos sociais, apesar de ambos publicarem artigos opinativos em jornais impresso, acredita-se que a

maior influência seja na informalidade das conversas, nas aulas ou palestras ministradas e pelos vínculos estabelecidos, no caso de Fátima pela liderança e apoio em manifestações e no caso de Alexandro por seus projetos de extensão que envolve a universidade e a sociedade civil. Os níveis de comunicação utilizados são interpessoal e grupal.

Em Parintins o vínculo social e as conversas informais tem grande poder influência. Dos 12 diferentes nomes indicados nesta pesquisa como formadores de opinião de Parintins, apenas seis (Dom Giuliano, Alexandre da Carbrás, Frank Garcia, Gil Gonçalves, Éneas Gonçalves e Tadeu de Souza), possuem contato direto com os meios de comunicação de massa. Os outros líderes como Marcia Baranda, André Seffair, Israel Monteiro, Juscelino Manso, Alexandro Medeiros, Fátima Guedes e Rildo Maia exercem sua influência em conversas com uma ou duas pessoas e até mesmo com diversos grupos. Esse resultado aponta que além dos meios de comunicação, existem outros líderes que não estão vinculados a programas de massa que também exercem influência no contexto de Parintins.

As instituições também possuem influência, por exemplo em uma campanha comunicacional se for aderida pela universidade e pela igreja tem maiores chances de atingir sua meta e ser bem vista devido a credibilidade dessas instituições. A câmara dos vereadores ou partidos políticos se apoiarem campanhas comunicacionais podem prejudicar a imagem da campanha, pois ambas instituições foram colocadas como instituições de menor credibilidade. Dessa forma, conhecer as instituições e respaldo que as mesmas tem no município é necessário na criação de um produto comunicacional.

7. REFERÊNCIA

- ACCACIO, José Miguel Cunha. **O jornalismo e valor da notícia**. Observatório da Imprensa n. 756 ed. 408 2008. Disponível: www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_jornalismo_e_o_valor_da_noticia Acesso: 13 abr. 2013
- AZEVEDO, Dermi. **A Igreja Católica e seu papel político no Brasil**. Estudos Avançados, v. 18, n. 52, p. 109-120, dez. 2004.
- BALDIN, Nelma. MUNHOZ Elzira M. Bagatin: **Snowball (Bola de Neve): Uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária**. Disponível em: http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf. Acesso em: 23 dez. 2012
- BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados/** São Paulo: Cortez, 1980.
- CAMPOS, Nathally Regina. VIEIRA, Roberta da Costa. **A Persuasividade no Discurso Religioso**, 2012. Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/pedagogia/artigos/14076/a-persuasividade-no-discurso-religioso>. Acessado 8 mai. 2013.
- CARVALHO, José Murilo de. Mandonismo, coronelismo e clientelismo - uma discussão conceitual. In: CARVALHO, José Murilo de. **Pontos e bordados**. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 1998
- CERVI, E.U. **Opinião Pública e Política no Brasil: o que o brasileiro pensa sobre política e porque isso interessa à democracia**. Tese de Doutorado em Ciência Política, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- CHIAVANETO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração: Volume 1**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- CINATTI, Cristina Jacobson Jácomo. **A (Des)confiança do Cidadão no Poder Legislativo e a Qualidade da Democracia no Brasil**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação, Brasília n.6 Disponível em: bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/6204/cinnanti_desconfianca_cidadao.pdf?sequence=5 Acesso: 04 abr. 2013
- CRUZ, Marcio. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático**. Ponto-e-Vírgula. Revista de Ciências Sociais - Ed. 9 - São Paulo 2011. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/13918> Acessado 2 abril de 2013.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008
- FAORO, Raymundo. **Os Donos do Poder: formação do patronato político brasileiro**. 13. ed. Rio de Janeiro: Globo, 1998
- FREITAS, Leandro. **Comunicação Interpessoal Face-a-Face: uma forma de poder nas organizações privadas**. São Paulo, SP: 2006. Originalmente apresentado como trabalho de conclusão de curso da pós graduação Gestão Estratégia em Comunicação Organizacional e Relações Públicas - Escola de Comunicação e Artes - USP.

FERRARI, Maria Aparecida. Teorias e estratégias de relações públicas. IN: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano, SP. Difusão Editora, 2008.

FREEMAN R. Edward. STONER James A. F. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

GUARALDO, Tamara de Souza Brandão. **Aspectos da Pesquisa Norte-Americana em Comunicação: Primeira metade do século XX**, 2002. Disponível: www.bocc.ubi.pt/pag/guaraldo-tamara-aspectos-da-pesquisa.pdf Acessado: 16 set. 2012.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos Sociais na Contemporaneidade**. Revista Brasileira de Educação v. 16 n. 47 2011. Disponível: www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf Acesso: 3 jun.2013

GOMES, Almiralva Ferraz. **O Empreendedorismo como Alavanca para o Desenvolvimento Local**. Portal de Periódicos Eletrônicos. v.4 n.2 2005 Disponível: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/192> Acesso: 10 fev. 2013

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2008.

NETO, Lauro Maranhão Aires. **Líderes de opinião no ambiente midiático: uma abordagem teórica no campo da comunicação**. Brasília, DF: 2008. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação.

Manual do prefeito / Coordenação técnica Marcos Flávio R. Gonçalves. – 13.ed. revista, aum. e atual. Rio de Janeiro: IBAM, 2009

MACIEL, Marcelo. **Política de Incentivos Fiscais: Quem Recebe Isenção por Setores e Regiões**. Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados, Brasília, 2010 Disponível em: http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/3587/politica_incentivos_sobreiro.pdf?sequence=1 Acesso: 13 jun. 2013

MARCONI, Maria de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2010

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2066

MELO, Milena Barbosa. NETO, Cláudio Gervásio Furtado. VASCO, Kátia Renata Silva, FURTADO, Renan Teixeira dos Santos. **Atuação dos Partidos Políticos no Município de Campina Grande – PB**. Biblioteca Nupex: Campina Grande, 2011. Disponível: <http://nupex.cesed.br/bibliotecaNupex/cadernosPesquisa/direito/6.pdf> Acesso: 25 mai. 2013

MELO, José Marques de. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino americanos**. Petropolis, RJ: Vozes, 1998.

MOTA, Áurea Cirstina. **Para além da Política Cultural: movimentos sociais e as lutas por reconhecimento na América Latina**. Anais do II Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia 25 a 27 de abril de 2007, UFSC, Florianópolis. Disponível: http://www.sociologia.ufsc.br/npms/aurea_mota.pdf Acesso em: 21 jan. 2013

REIS, Arthur Cezar Ferreira. **A Conquista Espiritual da Amazônia**. 2 ed. ver. Manaus: Editora da Universidade do Amazonas/ Governo do Estado do Amazonas, 1997.

SALAZAR, Clarisse Lago Jopia **É Possível Ser Um Professor Transformador?** Sobre A Formação e Prática dos Professores Universitários Um Estudo de Caso Na Ufba, 2007 – Disponível em: http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/anexos/AnaisXIVENA/conteudo/pdf/rab_completo_158.pdf Acessado: 25 mai. 2013.

SAVAGET, Júnia Castelar. **O Papel do Ministério Público Perante a Justiça do Trabalho**. Revista Tribunal Regional. Trabalho. - Belo Horizonte. Jun.2000 – 3 edição http://www.trt3.jus.br/escola/download/revista/rev_61/Junia_Savaget.pdf Acessado em maio de 2013.

SILVA, Ellen Fernanda Gomes. SANTOS, Suely Emilia de Barros. **O Impacto e a Influência da Mídia sobre a Produção da Subjetividade**. Faculdade do Vale do Ipojuca, 2002. Disponível: http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%Aancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf Acessado: 9 dez. 2012. Acessado: 15 jan. 2013

SILVA, Cátia Aida. **Promotores de Justiça as Novas Formas de Atuação em Defesa de Interesses Sociais e Coletivos**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 16. 2008 <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v16n45/4334.pdf> Acessado em maio de 2013

TORQUATO, Francisco Gaudêncio do Rego. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo, Cengage Learning. 2008

WOLF, Mario. **Teoria das Comunicações de Massa**. Lisboa: Presença, 2003.

9.ANEXO**Questionário**

Dados pessoais

Nome: _____

Cargo: _____

Instituição: _____

Telefone Comercial: _____ Celular _____

E-mail _____

01) Idade:

- 18 a 25 anos 25 a 35 anos
 35 a 45 anos 45 a 55 anos
 Mais de 55 anos

02) Grau de escolaridade

- Ensino Fundamental Incompleto Ensino Fundamental Completo
 Ensino Médio Completo Ensino Superior
 Especialização Mestrado
 Doutorado

03) Renda familiar:

- Menos de 1.000 reais De 1.000 a 3.000 reais
 De 3.000 a 5.000 reais De 5.000 a 8.000 reais
 Mais de 8.000 reais

04) Nasceu em Parintins:

- Sim Não

05) Se você NÃO nasceu em Parintins à quanto tempo esta na cidade:

- Menos de 1 ano 1 a 5 anos
 5 a 10 anos 15 a 20 anos
 Mais de 20 anos

06) Indique 5 pessoas que você considere como lideranças de opinião em Parintins

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

07) Dentre as opções indique 3 instituições com maior credibilidade em Parintins.

- () Universidade
- () Câmara de vereadores
- () Partidos políticos
- () Imprensa
- () Igrejas
- () Associação comercial
- () Associação de Pecuáristas de Parintins (APP)
- () Sindicatos
- () Movimentos Sociais
- () Associações folclóricas (boi-bumbás)
- () Lojas maçônicas
- () Líderes empresariais
- () Prefeitura
- () Governo do Estado
- () Hospitais

08)Dentre as opções indique 3 instituições com menor credibilidade em Parintins.

- () Universidade
- () Câmara de vereadores
- () Partidos políticos
- () Imprensa
- () Igrejas
- () Associação comercial
- () Associação de Pecuáristas de Parintins (APP)
- () Sindicatos
- () Movimentos Sociais
- () Associações folclóricas (boi-bumbás)
- () Lojas maçônicas
- () Líderes empresariais
- () Prefeitura
- () Governo do Estado
- () Hospitais