

Os principais agentes formadores de opinião em Parintins

Juliana Cristina da Silva Ferreira¹

Antônio Heriberto Catalão Junior²

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

Resumo

Este trabalho apresenta parte dos resultados finais de uma pesquisa de iniciação científica intitulada “As instituições e os agentes formadores de opinião de Parintins”, realizado na Universidade Federal do Amazonas. Pretende-se indicar quais os principais líderes de opinião no município de Parintins, sob o ponto de vista dos profissionais da imprensa, empresários, políticos, líderes religiosos, universitários e de movimentos sociais. A abordagem utilizada foi a quantitativa, através de 100 questionários aplicados com líderes de opinião de diversos segmentos. Os resultados apontam que o bispo da igreja católica Dom Giuliano, o prefeito Carlos Alexandre, o ex-prefeito Frank Garcia, o promotor do ministério público André Seffair e o comunicador Gil Gonçalves são os principais líderes de opinião no município.

Palavra-chave: Líderes de Opinião; influência; Parintins;

Abstract

This paper presents the final results of a survey of undergraduate research entitled "Institutions and agents trendsetters Parintins" held at the Federal University of Amazonas. It is intended to indicate which key opinion leaders in Parintins town, from the point of view of media professionals, businessmen, politicians, religious leaders, academics and social movements. The approach used was to quantitative through 100 questionnaires with opinion leaders from various segments. Within the results points to the bishop of the catholic church Don Giuliano, Mayor CarlosAlexandre, former Mayor Frank Garcia, the prosecutor of the public ministry André Seffair and the communicator Gil Gonçalves.

Keyword: Opinion Makers; hold; Parintins Town.

¹ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: julianacsf.jnr@gmail.com

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: catalao.jr@gmail.com

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 outras formas 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.

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 inextrincavelmente 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)

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 escolhida para esta pesquisa foi à quantitativa por meio da aplicação de 100 questionários. Para a aplicação dos questionários foi necessário fazer uma amostragem. A técnica utilizada para o mapeamento dos questionários foi 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 principais formadores de opinião de Parintins. As respostas destas questões serão indicadas pelos agentes sociais (políticos, líderes de movimentos sociais, profissionais da imprensa, líderes religiosos e empresários) que atuam em diferentes organizações públicas e privadas da cidade, através de um questionário com perguntas fechadas e abertas. A análise dos dados foi analisada de acordo com as categorias formadoras de opinião e os elementos constituintes de cada uma.

Os resultados indicam o bispo Dom Giuliano, o prefeito Carlos Alexandre Ferreira da Silva mais conhecido como “Alexandre da Carbrás”, o ex-prefeito Frank Luiz da Costa Garcia mais conhecido como “Bi Garcia”, o comunicador Gil Gonçalves e o promotor de justiça André Seffair como os principais formadores de opinião em Parintins.

Fundamentação Teórica

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 BernadBerelson e HazelGated, criaram a teoria em 1944, na cidade Erie County, estado de Oshio – 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 1940e 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 em 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, o rádio e a televisão não atuam num vácuo social, mas numa rede complexa de relações sociais.

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 inextrincavelmente 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 como os líderes pessoas com quem se identificam. A pesquisa também percebeu que os líderes de opinião diagnosticados no estudo se tornavam fontes privilegiadas nos meios de comunicação. Sendo assim, os líderes sempre eram procuradas pelos jornais para serem fontes notícia, informação ou prestar esclarecimento sobre determinado fato.

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.

Líderes de Opinião

Ao mostrarmos a teoria da dupla comunicaçãose 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.

O líder passa a ser um emissor de ideias, tem o poder de confirmar ou alterar um ponto de vista de acordo com os seus argumentos e objetivo. A relação do líder com os 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.

Comunicação Interpessoal

Os líderes de opinião criam seus canais de influência através dos níveis de comunicação, por isso se faz interessante conceituá-los. 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).

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 afluída, que é usada como canal de influência, pelos líderes de opinião que visam validar suas ideias.

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).

Comunicação Coletiva

São os meios clássicos de comunicação – jornais, revistas, boletins. Segundo Torquato (2002), este nível transmite 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.

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 estarem 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.

Procedimentos Metodológicos

Esta é uma pesquisa social que através de uma abordagem quantitativa, procura caracterizar quem são os principais formadores de opinião pública no município de Parintins 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 de forma aberta ou alternativa determinada questão. Dentro deste questionário, os próprios entrevistados indicaram cinco líderes aos quais eles consideram ter influência no município.

O método foi 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.

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 *SnowballSampling*. 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.

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. A análise global consiste em apresentar os formadores de opiniões e instituições que são citados em mais de uma categoria.

Resultados e Discussões

A análise dos dados de forma global consistiu em analisar os cinco nomes mais indicados em cada categoria e compará-los com outras. Não somamos o número de líderes indicado em um determinado grupo com os demais até porque isso seria estaticamente incorreto, pois há categorias que se sobressaem a outras. Definimos como líderes globais aqueles que aparecem em mais de uma categoria como formador de opinião em Parintins.

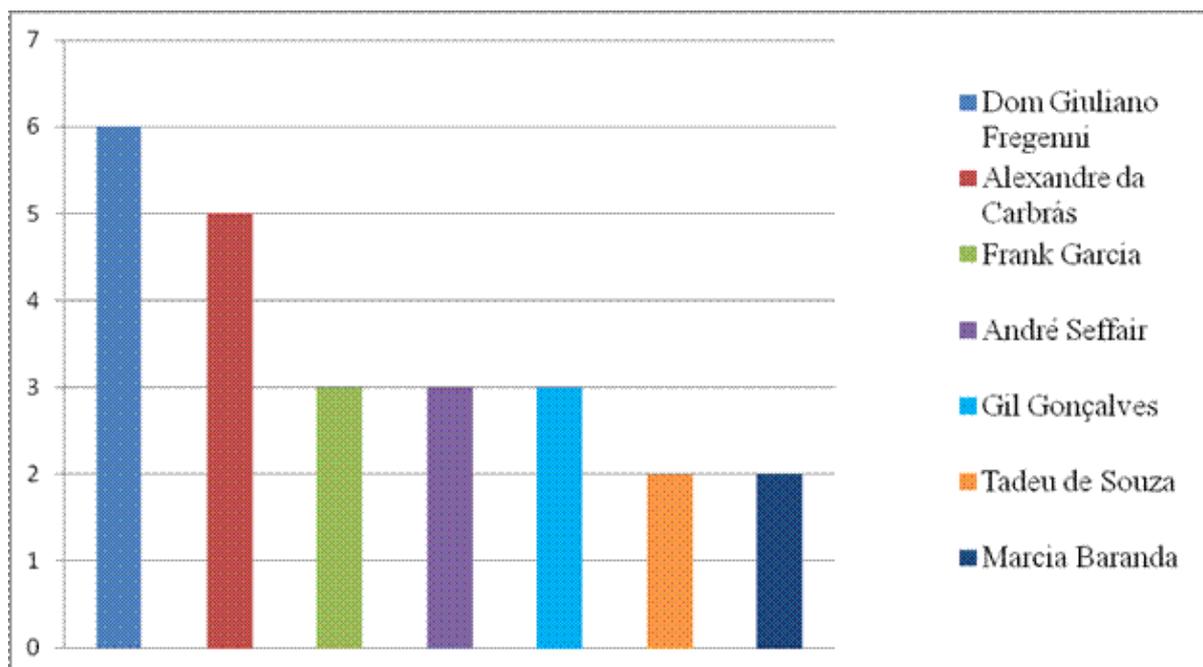


Gráfico 1: Resultados Globais dos Líderes de Opinião (n=100)

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 por representar cinco paróquias e três áreas missionárias.

Observa-se que o cargo de Dom Giuliano é de grande peso em Parintins, pelo poder que a Igreja Católica detém no município. O catolicismo desde o início de Parintins e ao longo da sua história teve vínculo muito forte com o contexto social, econômico e cultural parintinense. 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.

Prefeito e ex-prefeito

O atual prefeito de Parintins “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 duas 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.

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 (1997), 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, 1997, 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).

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 atendendo 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.

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.

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)

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.

Comunicador

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, 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 estado do Amazonas. Apesar de não ser formado em jornalismo, desempenha o papel de comunicador. Desde a inauguração da rádio Clube em 1987 Gil possui um espaço na programação. Atualmente está no ar com Fatos Boatos, mas antes dessa data apresentou diversos programas, entre eles, Conexão Geral e Gil 40 graus. O apresentador comenta os principais acontecimentos da cidade em um tom satírico e expressando claramente sua opinião. De acordo com a rádio Clube de Parintins o programa Fatos e Boatos é o de maior audiência da rádio. O prestígio do programa pode ser decorrente do seu grande tempo de

existência, pelo seu caráter sático e opinativo e por ser em uma linguagem acessível a todas as camadas sociais tanto na zona urbana como rural.

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).

Esse resultado aponta que os meios de comunicação contribuem com a formação da opinião pública do município. O poder da comunicação pode se personificar em profissionais da imprensa, que possuem voz direta nesses veículos. Sendo assim Gil Gonçalves é um exemplo de líder de opinião que personifica um veículo de comunicação.

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 foi identificar quem são os principais formadores de opinião de Parintins. Os resultados foram colhidos através de 100 questionários e apontados em nível global.

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.

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 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.

Em Parintins o vínculo social e as conversas informais tem grande poder de influência, apesar de quatro formadores de opinião deterem canais midiáticos, a sua influência decorre na maior parte de outros canais de comunicação. A indicação de André Seffair que não está constantemente na mídia, comprova a hipótese que as relações sociais e os canais de comunicação interpessoal e grupal possuem influência no contexto de Parintins.

Referências

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.

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 de maio de 2013.

CARVALHO, José Murilo. **Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual.** Rio de Janeiro 1997. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S001152581997000200003&script=sci_arttext Acessado em abril de 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 em abril de 2013.

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.

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.

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 em setembro de 2012.

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.

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, 2006.

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

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, Cátia Aida. **Promotores de Justiça as Novas Formas de Atuação em Defesa de Interesses Sociais e Coletivos.** Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 16. <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.