



As instituições e agentes formadores de opinião em Parintins sob o ponto dos profissionais da imprensa¹

Juliana Cristina da Silva FERREIRA²

Antônio Heriberto Catalão JUNIOR³

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

RESUMO

Este presente trabalho pretende indicar quais são os caminhos de influência, as organizações mais e menos credíveis dentro do município de Parintins e os principais líderes de opinião, sob o ponto de vista dos profissionais da imprensa. A abordagem utilizada foi à quantitativa, através de 30 questionários aplicados com os profissionais de diversos meios de comunicação no município. Os resultados apontam que as instituições com maior credibilidades são: universidades, igrejas e imprensa. Com menor credibilidade são: câmara dos vereadores, partidos políticos e sindicatos. E dentre os principais líderes de opinião do município estão comunicadores, líderes religioso, político e de movimentos sociais.

Palavra-chave: Líderes de Opinião; influência; instituições

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 comunicação existe no município, entretanto, há outros caminhos de influência que contribuem com a formação da opinião pública, como os líderes de opinião.

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da ICSEZ-UFAM, email: julianacsf.jnr@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da ICSEZ-UFAM, email:



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.

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)

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.

Dessa forma pretende-se identificar 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 profissionais que trabalham na mídia em Parintins, em sua maioria jornalistas. A categoria foi escolhida por entender que os jornalistas, como afirma Traquina (2005), é considerado o quarto poder em relação aos poderes. Dessa forma a imprensa alimenta a opinião pública e vigilantes do poder político.

Este artigo é parte dos resultados do projeto de iniciação científica, realizado no curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo e financiado pela Universidade Federal do Amazonas.

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 os seus pontos de vista e opiniões. Porém, devem-se destacar as abordagens que tratam de outros meios que detêm 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 Guaraldado (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 cidade de Erie, pelo pequeno número de formais meios de comunicação e pela proximidade da população e dos líderes de opinião.

Líderes de Opinião

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).

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 a mensagem pode perder o seu potencial.

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.

A influência de uma organização parte do poder exercido sobre os seus membros, segundo Freeman (1994). O poder de uma organização sobre os seus subordinados é baseado no próprio poder formal. Goffinan (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.

A imprensa como formadora de Opinião

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 a 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 ainda afirma que há os formadores de opinião verticais, esses são indivíduos de poder de expressão e que tem oportunidade de se dirigir a um grande grupo de pessoas: ou seja, pessoas que têm acesso aos meios de comunicação para usar a palavra no sentido de comunicar a quem lhes der crédito e credibilidade, suas opiniões sobre quaisquer temas ou sobre temas específicos.

METODOLOGIA

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 sob a ótica dos profissionais da imprensa. 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).

O questionário é constituído de sete perguntas de múltipla escolha e uma pergunta aberta, as questões são relativas ao perfil socioeconômico do entrevistado, líderes 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 questionário foi aplicado em jornais impressos, em todas as rádios que possuem programações informativas, em sites que são decorrentes dos impressos e com assessores de imprensa da Prefeitura Municipal de Parintins e da Câmara de Vereadores. Nem todos os profissionais da imprensa aceitaram participar do questionário, o total de questionários aplicados foram 30, valor um pouco mais baixo do que previsto na amostra.

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”.

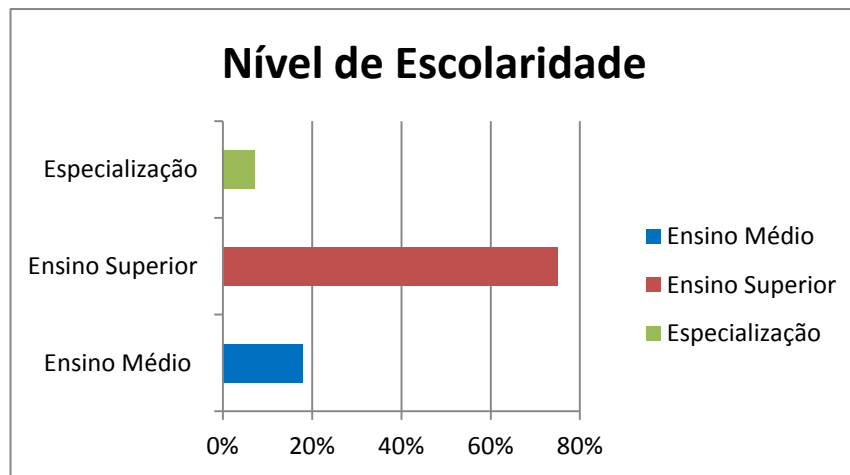
Essa técnica de amostragem utiliza uma espécie de cadeia de referências. As autoras afirmam que o próximo passo diante das indicações dos primeiros participantes é solicitar aos novos indicados, informações a cerca de outros membros e assim sucessivamente.

Os resultados deste artigo apresentam as três instituições que foram citadas em maior quantidade, com maior e menor valor de credibilidade. Também é exposto cinco nomes que aparecem em maior quantidade nos questionários dos profissionais da imprensa. Por mais que os profissionais tenham citados outros líderes focamos nos cinco mais populares.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este tópico irá mostrar sob o ponto de vista dos profissionais da imprensa as instituições com menor e com maior credibilidade e os principais líderes de opinião de Parintins. O questionário foi aplicado com jornalistas, radialistas, assessores e coordenadores de comunicação e donos de veículos de comunicação, profissionais esses que trabalham em meios de comunicação e se dirigem a um grande público.

Gráfico1: Nível de Escolaridade dos Profissionais da Imprensa (n=30)

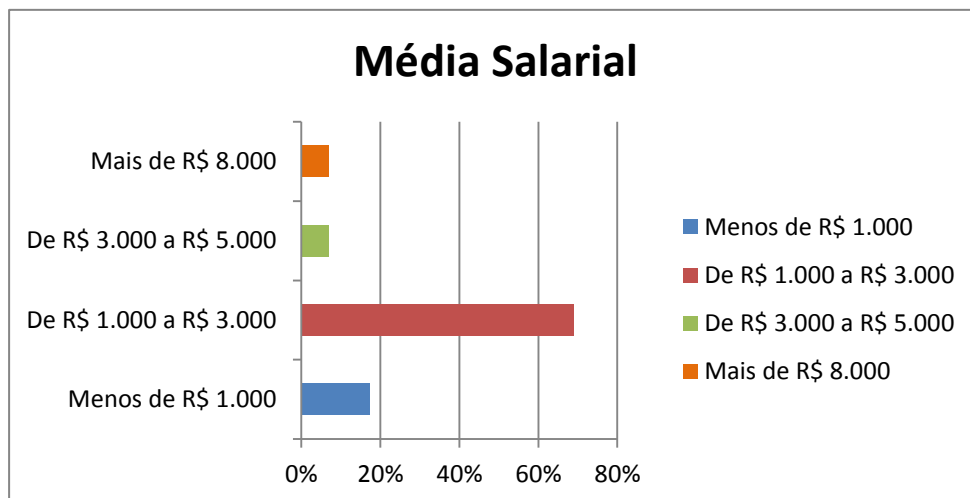


Fonte: Elaborado pela própria pesquisadora

Os profissionais da imprensa, em sua maioria, 75% tem nível superior. Isso aponta que mesmo com a isenção do diploma para exercer a função jornalista, devido a emenda constitucional 33/2009 já sancionada, os profissionais procuraram o nível superior. Isto é um ponto positivo, pois nem todos os veículos em Parintins exigem nível superior de seus profissionais. .

O campi da Universidade Federal do Amazonas em Parintins oferta o curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo desde 2007. Esse fator também contribui para que os profissionais optassem pela graduação. Apenas 7% dos entrevistados tem especialização, na cidade e em municípios próximos não há nenhum curso de pós-graduação na área de comunicação social. Os interessados devem se deslocar a capital Manaus, a distância e o custo com a locomoção dificultam a inserção em uma pós-graduação.

Gráfico 2: Média Salarial dos Profissionais da Imprensa (n=30)



Fonte: Elaborado pela própria pesquisadora

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. Cerca de 68,7% dos entrevistados tem uma renda familiar na média de R\$ 1.000 a R\$ 3.000, dessa forma, o piso médio do jornalista deve seguir o mesmo padrão do Acre. Entretanto, os jornalistas trabalham mais que seis horas diárias nos veículos de comunicação.

O Sindicato dos Jornalistas do Amazonas em seu site divulgou uma tabela de preços por serviços prestados. Os assessores de imprensa prestando serviços em um mês devem perfazer salários na faixa de R\$ 3.208. Nota-se que uma parcela menor dos entrevistados tem renda de R\$ 3.000 a R\$ 5.000, pois o número de assessores de imprensa nas instituições é bem menor em relação aos profissionais de outras áreas.

Os salários mais altos podem corresponder aos donos dos principais veículos de Parintins e os abaixo de R\$ 1.000 a locutores de rádio, que em sua maioria, por não ter ensino superior tem salários mais baixos.



Tabela 1: Instituições indicadas como mais credíveis no município de Parintins (n=30)

Instituições	Contagem
Universidade	26
Igreja	23
Imprensa	17
Total Geral	66

Fonte: Elaborado pela própria pesquisadora

De acordo com os profissionais da imprensa a universidade é a instituição com maior credibilidade no município. Atualmente existem duas universidades públicas em Parintins, a Universidade do Estado do Amazonas (UEA), instalada em 2001, e a Universidade Federal do Amazonas (Ufam), que está na cidade desde 2007. Ambas instituições desenvolvem inúmeros trabalho de pesquisa e extensão, tanto no centro urbano como nas áreas rurais. Com a chegada das universidades os movimentos sociais tomaram mais forças e várias associações, movimentos sociais, escolas e outras instituições são parceiros dos projetos sociais desenvolvidos pelos professores universitários.

A participação dos alunos, técnicos e professores das instituições superiores em manifestações contra a violência das mulheres, aumento de salário dos governadores, privatizações e pedofílias são evidentes. Vale salientar que grande parte dos profissionais da imprensa estudam ou estudaram na universidade e conhecem as funções exercidas pela instituição. As universidades também nunca se envolveram em escândalos e não deflagraram preferências político partidárias.

A segunda instituição mais citada nesta pesquisa é a igreja. Desde do início a cidade apresenta um grande laço com a religião, o próprio contexto do município favorece esse dado, Parintins foi criada através de uma missão religiosa sob a direção de Frei José das Chegas em 1803. As missões jesuítas na Amazônia pretendiam colonizar, cristianizar e catequizar as regiões, segundo Londoño (2007), a organização espacial de uma vila era organizada em torno à igreja da casa paroquial. Dessa forma o catolicismo passou a determinar as obrigações religiosas e o sino era usado para demarcar diferentes atividades.

A Igreja Católica em Parintins detém o primeiro e maior sistema de comunicação de Parintins que emprega grande parte da imprensa. Além disso, a igreja traz os princípios

construídos ao longo do tempo que um ser humano para se tornar íntegro, deve estar dentro da doutrina e seguir os mandamentos cristãos. Por tais motivos acredita-se que a Igreja tenha ocupado um ponto de destaque na pesquisa.

Os próprios profissionais da imprensa afirmam que a credibilidade da imprensa, ocupando esta o terceiro lugar na pesquisa. Mesmo os jornais pertencerem ao interior e as vezes se aliarem a grupos políticos para se manter, a categoria acredita que o compromisso com leitor é maior.

Tabela 2: Instituições com menor credibilidade em Parintins (n=30)

Instituições	Contagem
Câmara dos Vereadores	16
Partidos Políticos	14
Sindicatos	10
Total Geral	40

Fonte: Elaborado pela própria pesquisadora

As duas instituições com menor credibilidade são instituições políticas a Câmara dos Vereadores e os Partidos Políticos, fica claro nos dados a insatisfação da imprensa com o cenário político local. A Câmara Municipal nos dois últimos anos se envolveu em diversos escândalos como pedofilia, cassação de mandatos e compra de votos por interesse. Os movimentos sociais de partidos políticos tem pouca atuação no município, os partidos são interpretados apenas como legendas para candidatos nos períodos da eleição. Tal afirmativa fica clara na gestão anterior da Câmara Municipal, em que vereadores de caráter esquerdistas defendiam interesses privados.

É válido ressaltar que Traquina (2005), afirma que os jornalistas são vigilantes do poder público, dessa forma, estão presentes diante dos escândalos e dos bastidores da política. Por tal motivo acredita-se que essas duas instituições estão entre as menos credíveis.

Há sindicatos em Parintins, entretanto, os mesmos têm pouca atuação no município. Não se ouve muito falar sobre suas ações. Pela pouca atuação acredita-se que os profissionais da imprensa, que nem mesmo possuem sindicato atuante, considerem essas instituições como baixo valor de credibilidade.



Tabela 3 – Cinco principais Líderes de Opinião (n=30)

Líderes de Opinião	Total
Dom Giuliano Frineggi	17
Gil Gonçalves	16
Tadeu de Souza	12
Alexandre da Carbras	9
Fátima Guedes	6
Total Geral	60

Fonte: Elaborado pela própria pesquisadora

Segundo os questionários dos profissionais da categoria imprensa, Dom Giuliano Frineggi, bispo da Igreja Católica de Parintins há 11 anos é a pessoa que detém maior poder de influência em Parintins. O líder reza missas, participa de programas da rádio Alvorada, opina em decisões política da mídia local, é um homem de posicionamento crítico e responde pela igreja católica que têm cinco paróquias mais três regiões missionários. Dom Giuliano pode ser considerado como um líder cosmopolita, em que o seu poder é baseado em sua função exercida. Ele é solicitado e ouvido em questões específicas.

O segundo nome mais indicado pelos jornalistas é o comunicador Gil Gonçalves, ele é um dos sócios da rádio Clube Parintins e apresenta às oito horas da manhã de segunda a sexta o programa Fatos e Boatos de maior audiência da emissora. O programa comenta sobre os principais acontecimentos do município, tem um estilo despojado, muitas notícias são comentadas em tom satírico. Gil se posiciona politicamente, coloca seu ponto de vista sobre a economia e também entrevista convidados especiais.

A terceira liderança mais citada é Tadeu de Souza, jornalista apresentador e diretor do programa “Agora Parintins”, o programa é de entretenimento, mas tem um caráter jornalístico mostrando os principais eventos do município, entrevistando especialistas e comentando os principais acontecimentos.

Esses comunicadores por deterem um meio de comunicação a seu favor se destacam como líderes de opinião. A categoria imprensa reconhece o papel de formadora de opinião em Parintins de tal forma indica dois comunicadores ocupando o segundo e o terceiro lugar de pessoas mais influentes. Percebe-se que a diferença do primeiro mais citado para o segundo é mínima de apenas uma escolha.



Em quarto lugar entre os principais formadores de opinião está o atual prefeito de Parintins Alexandre da Carbras. Devido ao próprio cargo de liderança como entidade maior da cidade e por recentemente ter sido eleito. O prefeito assume seu primeiro mandato no início de 2013 e é reconhecido como uma liderança.

Como a quinta pessoa mais influente está Fátima Guedes, líder do movimento das mulheres de Parintins, um dos movimentos sociais mais antigos do município, criado em 1980. O movimento luta a favor da inserção da mulher no mercado de trabalho, que seus direitos sejam garantidos como previsto lei, luta contra a violência a mulher, pedofolia e está envolvido com vários outros movimentos sociais contra corrupção. Fátima também escreve semanalmente para uma coluna no jornal Plantão Popular.

CONCLUSÃO

Este artigo procurou mostrar que além dos meios de comunicação influenciarem a opinião pública existem outros canais de influência como os líderes de opinião. O próprio contexto em que Parintins está inserida faz com que os líderes desempenhem uma influência maior.

Com os resultados dos questionários percebemos que as instituições com maior credibilidade são aquelas que nunca se envolveram em escândalos, possuem um caráter político apartidário e desempenham um papel social no município, no caso, a universidade e a Igreja.

As instituições políticas como Câmara dos Vereadores e Partido Políticos como sendo as mais citadas em sentido de menor credibilidade, apontam a insatisfação dos profissionais da imprensa. Tal dado segue um padrão nacional, pois muitos brasileiros se sentem insatisfeitos com a política exercida no país.

Em relação aos cinco líderes mais citados, há um paralelo entre a igreja como uma das três instituições com maior credibilidade e com o Bispo Dom Giulliano citado como maior líder de Parintins, o que mostra o grande poder de influência da Igreja Católica no município. Dois líderes indicados são comunicadores, o que também aponta a imprensa, que foi escolhida como a terceira instituição com maior credibilidade, a grande influência exercida.



REFERÊNCIA

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

CRUZ, Márcio. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático.** São Paulo, Ponto-e-vírgula, 9: 2011. Disponível em <http://www.pucsp.br/ponto-e-virgula/n9/artigos/pdf/pv9-04-marciocruz.pdf> Acessado em 10 de março de 2013.

FENAJ - **Federação Nacional dos Jornalistas.** Disponível: <http://www.fenaj.org.br/pisosalarial.php> acessado em 15 de março de 2013.

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 em 02 de outubro de 2012

Jornalistas AM- **Sindicatos dos Jornalistas do Amazonas.** Disponível: <http://www.jornalistasam.com.br/index.php/tabela-de-precos.html> acessado em 15 de março de 2013.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração.** São Paulo: Atlas, 2006

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

LONDONÕ Fernando Torres. **Os jesuítas e a cristianização dos tupis nas missões de Maynas.** IN: Associação Nacional de História. ANPUH XXIV – Simpósio nacional de história; 2007. Disponível em: <http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S24.0571.pdf> acessado em 23 de fevereiro de 2013.

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

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular 2005.

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