



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
ASSESSORIA DE PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

**Estudo Qualitativo Regular de Opinião Pública VI
(03/2016)**

RELATÓRIO FINAL

EMPRESA RESPONSÁVEL:



BRASILIA – DF
27/04/2016

Sumário

1	Apresentação	3
2	Escopo da Pesquisa.....	5
3	Métodos e Técnicas de Pesquisa	7
4	Detalhamento do Roteiro de Pesquisa	8
5	Detalhamento do Plano de Recrutamento.....	9
6	Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo.....	10
7	Análise dos Resultados da Pesquisa	11
8	Conclusões/ Considerações finais.....	25
9	Recomendações.....	27
	Anexo I – Roteiro.....	28
	Anexo II – Cronograma e Perfil – DG’s	30

1 Apresentação

1.1 Base Legal

De acordo com a legislação brasileira em vigor (Lei nº 10.683/2003, art. 2ºB, III), a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) tem entre suas missões institucionais a atribuição de organizar e desenvolver um sistema de informação e pesquisa de opinião pública, cujos principais objetivos devem ser monitorar as demandas da sociedade por políticas e serviços públicos bem como a avaliação que a sociedade faz dessa oferta de políticas e serviços públicos.

Nesse sentido, o Decreto nº 6.555/2008 sugere alguns objetivos para esse sistema de informação e pesquisa de opinião pública. Com base nos incisos I, II e IV do artigo 1º e nos incisos VIII e XI do artigo 2º do referido decreto, podem ser indicados como objetivos do sistema de informação e pesquisa de opinião pública a realização de atividades destinadas a:

- I. Avaliar o conhecimento da sociedade sobre políticas e programas federais;
- II. Avaliar o conhecimento do cidadão sobre direitos e serviços colocados à sua disposição;
- III. Identificar assuntos de interesse público que orientem o conteúdo das informações a serem disseminadas;
- IV. Avaliar a adequação de mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- V. Avaliar a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

No campo da avaliação de programas e ações governamentais, a pesquisa de opinião pública é uma forma amplamente aceita de conhecer como os cidadãos percebem os efeitos das políticas públicas em suas vidas. Além disso, oferece aos tomadores de decisão subsídios importantes para sua atuação e permite fazer com que as ações governamentais sejam responsivas às prioridades e expectativas da população.

Por isso, a SECOM realiza uma série de levantamentos e análises que objetivam compreender a percepção da população sobre as ações governamentais e, por conseguinte, contribuir para a tomada de decisão no âmbito do Governo Federal e, principalmente, para o planejamento das ações de formulação e articulação das iniciativas de comunicação do Poder Executivo Federal.

Essas pesquisas constituem importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, ao aplicarem métodos e técnicas cientificamente válidas, permitem a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública com foco e meios mais precisos, proporcionando assim a realização de resultados

mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

Além disso, as pesquisas realizadas pela SECOM oferecem um canal adicional de manifestação cidadã, pois oferecem à população a oportunidade de se expressar sobre o desempenho do Poder Executivo e sobre suas demandas mais prementes, o que confere uma aplicação vertical da noção de prestação de contas política (*accountability*), essencial ao funcionamento da democracia.

A Legislação pertinente e informações adicionais podem ser consultadas na página da SECOM na Internet: www.secom.gov.br

1.2 Contrato da Pesquisa

Contrato nº 001/2013.

1.3 Ordem de Serviço da Pesquisa

Ordem de serviço 010/2016.

2 Escopo da Pesquisa

2.1 Contexto

A função de um governo democrático é materializar, por meio de suas ações e políticas, as expectativas e anseios da população que representa. Para garantir o cumprimento desse papel, um amplo arcabouço institucional é estruturado pela Constituição e funciona para garantir que o governo seja responsivo às expectativas da população, isto é, atue em resposta às demandas e preferências de seus cidadãos, considerados politicamente iguais. Sobre esse fundamento ergue-se a noção de poliarquia, visão predominante de regime político liberal democrático¹.

As estruturas que asseguram a responsividade do governo, no entanto, não podem limitar-se às instituições tradicionais. Outros canais de comunicação entre o governo e sociedade precisam ser erigidos para fazer as preferências do povo conhecidas aos tomadores de decisão. É, nesse sentido, que são pensados e construídos diversos mecanismos de consulta e participação popular, os quais, muitas vezes, padecem das limitações típicas das estruturas tradicionais: o cidadão não é ouvido diretamente, mas, sim, por meio de um representante, um porta voz.

Assim, as pesquisas de opinião surgem como um instrumento poderoso e cientificamente válido de consulta à população. Por meio desses levantamentos é possível aferir como é percebida e avaliada a atuação do governo, bem como as políticas públicas por ele implementadas. Assim, pesquisas periódicas servem para ajudar o governo a verificar se suas decisões *se adéquam* aos interesses dos cidadãos “comuns” e se suas políticas respondem adequadamente às necessidades desses indivíduos. Em outras palavras, *surveys* regulares e públicos podem se tornar efetivos instrumentos de prestação de contas e controle, ou – para fazer uso de termo corrente na literatura – de *accountability*.

Considerando que, por força da lei, cabe a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República organizar e desenvolver pesquisas de opinião pública, esta Assessoria Especial pretende realizar levantamentos semanais da percepção popular em relação a políticas e serviços públicos. Em termos mais precisos, essas pesquisas servirão para aferir a opinião popular quanto ao desempenho do governo na condução de diversas áreas, avaliar os serviços e políticas públicas ofertadas ao cidadão e apreender como a população enxerga o momento em que vive, ou seja, como as pessoas avaliam a conjuntura econômica e social.

Esta pesquisa tem como propósito dar seguimento às análises qualitativas iniciadas pela Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública da SECOM/PR em 2013 acerca de temas da conjuntura brasileira, sob a ótica de determinados segmentos da sociedade, definidos por

¹Dahl, Robert Alan, Fernando Limongi, and Celso Paciornik. *Poliarquia: participação e oposição*. Edusp, 1997.

critérios aplicados na fase de recrutamento dos participantes, demarcando uma nova fase na realização dessas pesquisas, que passariam a ter regularidade trimestral. Em sua edição regular, a pesquisa concentrar-se-á nos sentimentos e nas percepções dos residentes em grandes centros urbanos do País acerca do tema crise política.

2.2 Indicador de referência

Não há.

2.3 Objetivo Geral

Captar as percepções dos residentes em grandes centros urbanos acerca do momento político do país, destacando conjuntura de tensões que desenham o cenário de crise política.

2.4 Objetivos Específicos

- Avaliar o conhecimento da sociedade sobre a conjuntura e momento político atual;
- Identificar assuntos de interesse público que se destacam e orientam as percepções da população sobre a situação política do país;
- Explorar a percepção acerca do cenário político e econômico de 2016, considerando as expectativas pessoais e para o país nos próximos meses e ano;
- Explorar o significado e a relevância das medidas de ajuste anunciadas pelo Governo Federal na atual conjuntura e para o futuro do país, de acordo com a visão dos diferentes perfis;
- Explorar a compreensão sobre as razões para o Governo Federal propor: redução de gastos, corte de ministérios e aumentos de tarifas e impostos;
- Explorar a percepção dos participantes sobre os escândalos de corrupção, seu significado e os impactos das soluções que têm sido adotadas no país para acabar com este problema no âmbito das relações público-privado;

2.5 Público Alvo

- Pessoas com idade a partir de 18 anos;
- Ambos os sexos;
- Composição multirracial;
- Classes de renda C1 e C2;
- Localidades: São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

3 Métodos e Técnicas de Pesquisa

3.1 Técnicas de Pesquisa

Pesquisa Qualitativa com grupos de discussão.

Os grupos de discussão, mediados por um especialista, buscam estimular a livre manifestação associativa e a troca de opiniões de indivíduos que apresentam características relativamente homogêneas. O objetivo central do grupo focal é identificar percepções, sentimentos, atitudes e ideias dos participantes a respeito de um determinado assunto.

3.2 Plano Amostral

A proposta de desenho metodológico foi a seguinte:

Realização de 16 grupos focais nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte e Rio de Janeiro com, no mínimo, 8 participantes de perfis similares e orientados por um moderador, seguindo um roteiro não diretivo previamente discutido e aprovado pelo cliente.

CIDADE	FAIXA ETÁRIA	CLASSE	Opinião sobre processo de Impedimento	Nº GRUPOS
SÃO PAULO	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
RIO DE JANEIRO	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
BELO HORIZONTE	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
PORTO ALEGRE	31 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	21 a 30	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
	18 a 45	C1 e C2	Favoráveis/Contrários	1
TOTAL				16

A composição dos grupos considerou as variáveis: faixa etária e opinião sobre processo de Impedimento. O planejamento levou em conta um desenho que permitiu captar pontos mais ou menos divergentes e consensuais através das opiniões pró e contra o processo de Impedimento, evidenciando possíveis diferenças segundo faixa de idade.

4 Detalhamento do Roteiro de Pesquisa

O roteiro de pesquisa foi elaborado pela equipe técnica do Instituto Análise em diálogo com os representantes da SECOM para troca de conhecimento e experiências. Buscou-se desenvolver um roteiro que pudesse responder às questões levantadas durante a descrição do problema.

O roteiro foi preparado a partir de uma lista de questões a serem respondidas, as quais foram organizadas em grupos de tópicos e ordenadas em uma sequência lógica, conforme apresentado a seguir:

- Introdução: apresentação do(a) moderador(a) e dos participantes e explicação da dinâmica.
- Crise Política: percepção sobre a crise política e como ela afeta a vida dos respondentes e da população.
- Impeachment: opinião sobre o impeachment e seu impacto sobre a crise econômica.
- Avaliação da Comunicação do Governo Federal;
- Avaliação do Impeachment: favoráveis ou contrários ao impeachment, razões.

As primeiras versões do roteiro foram apresentadas pela equipe da SECOM, depois de discutidas internamente com os setores interessados. O teste para a aprovação do roteiro se deu no primeiro grupo de discussão e esse teste avaliou:

- Compreensão técnica;
- Tempo necessário para aplicação;
- Adequação das perguntas/provocações.

O roteiro mostrou-se adequado aos objetivos pretendidos pela pesquisa.

5 Detalhamento do Plano de Recrutamento

O recrutamento dos grupos de discussão foi realizado mediante aplicação de um questionário estruturado contendo os filtros da pesquisa. Não foram recrutadas pessoas que tivessem participado de pesquisa qualitativa no último ano, assim como pessoas que trabalhem em atividades relacionadas com pesquisa e dinâmicas de grupo, tais como marketing, sociologia, psicologia, trabalho em agências de publicidade e propaganda, que atuem na área de comunicação e que sejam consideradas formadoras de opinião, dentre outras.

Além disso, por se tratar de uma pesquisa para o Governo Federal, também não foram recrutados funcionários/servidores públicos e ocupantes de cargos administrativos e/ou de confiança de nenhuma esfera de governo.

O recrutamento foi realizado utilizando duas técnicas: 1) Telefônica utilizando listagem e 2) Pessoal em pontos de fluxo nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, com equipes de profissionais experientes e qualificados. O Instituto Análise realiza regularmente pesquisas qualitativas nessas praças, utilizando-se de equipes de recrutadores e supervisores locais acompanhados por um supervisor do Instituto Análise para garantir que a metodologia da pesquisa seja aplicada uniformemente em todas as praças.

Foram recrutados 12 participantes a fim de garantir a presença de no mínimo 8 pesquisados por grupo de discussão.

Os grupos aconteceram em locais equipados para este fim, com salas de espelho a fim de permitirem o acompanhamento do trabalho por observadores da Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública da SECOM/PR.

Todas as reuniões foram gravadas em DVD, sendo que o recrutamento dos participantes esteve sob a responsabilidade do Instituto Análise.

5.1 Definição dos Participantes da Pesquisa

O universo de estudo e composição dos grupos de discussão foram descritos no *Briefing* e confirmados no projeto de pesquisa apresentado à Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública da SECOM/PR, que requeria um mínimo de 16 grupos de discussão.

Região	Grupos	Classe C	Perfil
Sudeste	12	12	Grupos segmentados por faixa etária e opinião sobre o Impedimento
Sul	4	4	
Brasil	16	16	

6 Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo

Os trabalhos de campo iniciaram após a aprovação do roteiro e perfil dos entrevistados.

6.1 Estrutura de Campo e Equipe Técnica

Profissional	Função	Perfil	Quantidade
Recrutador	Recrutar os participantes.	Profissionais com conhecimento, experiência, sensibilidade e critério.	8
Coordenador de campo	Realizar treinamento e supervisionar todo o trabalho de campo.		2
Verificador	Avaliar meta de produção e checagem do perfil dos participantes. Fazer o CRQ – Controle de Qualidade no Recrutamento junto a ABEP.		2

6.2 Conclusões dos Trabalhos de Campo

A logística do projeto levou em consideração equipes de recrutadores e supervisores locais acompanhados por um supervisor do Instituto Análise para garantir que a metodologia da pesquisa fosse aplicada uniformemente em todas as cidades.

O recrutamento e a seleção dos entrevistados foi um processo cuidadoso e rigoroso.

Para garantir a qualidade do recrutamento, antes da realização dos grupos foram adotados os seguintes procedimentos:

- Consulta do participante no CRQ – Controle de Qualidade no Recrutamento;
- Conferência do documento de identidade original com foto (RG, Carteira Nacional de Habilitação) do participante;
- Logo após a realização dos grupos, as informações do CRQ foram completadas, assim como o *status* de participação do candidato.

No dia da realização dos grupos, os participantes passaram por uma nova checagem dos filtros para confirmação do perfil.

O processo de recrutamento transcorreu sem prejuízo ao objetivo final da pesquisa.

7 Análise dos Resultados da Pesquisa

7.1 Contexto econômico e político

➤ Parece que a crise econômica só piora.

A percepção dos participantes dos grupos é de que a **crise econômica piorou**.

Situações que sinalizam o aumento da crise:

- Aumento de preços / **redução do poder de compra**;
- Fechamento de negócios / **desemprego**;
- Encarecimento do crédito / **endividamento**;
- **Maior ineficiência** dos serviços públicos;
- Sensação de **estagnação do país**.

Também mencionam a **falta de credibilidade** do país no **cenário internacional**, reduzindo os investimentos e impactando na atual crise.

“Se continuar assim, o índice de pobreza vai aumentar muito. Tem muita empresa mandando embora, fechando.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Na verdade, o país está em crise, quem tem emprego tem de segurar porque está muito difícil conseguir outro. O custo de vida aumentando.” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“Já estava difícil, agora chegou no limite. Está abalando todos os setores, difícil mesmo.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Eu vejo o que todo mundo vê, a parte financeira. O dinheiro que eu ganhava em uma semana, hoje eu demoro um mês para ganhar. Eu tinha 20 clientes por semana, hoje tenho 20 por mês. Hoje em dia ninguém quer investir aqui.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Antes eram aumentos graduais de uma vez por ano, aumentos normais, mas agora é um atrás do outro.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“Nosso governo não passa credibilidade e isso não traz novos investimentos para o País.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“A gente percebe no nosso dia a dia quando vai fazer supermercado. A gente conversa com colegas e eles estão desempregados.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“Mas isso afeta a gente, muitas pessoas foram demitidas e muitas empresas fechadas em um ano.” (São Paulo, 31 a 45 anos).

➤ **A crise política influencia diretamente a economia.**

A **crise política** aparece espontaneamente na discussão sobre a crise econômica. É percebida por muitos dos participantes como um **fator negativo muito forte** para a economia.

- É uma **disputa de poder**.

Há **descrença nos políticos** diante da **generalização da corrupção** e da percepção de que todos buscam **satisfazer somente interesses próprios**.

- E **esquecem** as necessidades da população.

Nesta rodada a questão do **impeachment** foi **bem mais presente** e dominou as discussões dos grupos ao se falar em crise política.

“O que aconteceu hoje? O partido do vice rompeu laço com o partido da presidente. Onde já se viu isso? O vice romper com a presidente? Quando você vota, você vota nos dois, então a briga está lá dentro, eles estão brigando entre eles e esquecendo que o povo os elegeu. Eles têm que brigar por nós e não entre eles.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“A gente ouve muito falar que temos que prestar atenção na hora de votar, mas infelizmente a gente não tem opção. Todos os candidatos que aparecem, pelo menos a meu ver, são um pior que o outro. E você tem que optar pelo que vai roubar menos.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“As investigações pegaram gente de todos os partidos, um entregando o outro. Como não tinham investigações, as coisas não apareciam tanto. Com o mensalão apareceu mais o partido da presidente, mas essa Lava Jato pegou todo mundo.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Roubar a gente sabe que todos eles vão roubar, não adianta. Mas eles perderam a noção, roubaram demais e não pensaram em nada. A saúde está terrível, a educação está terrível, eles não pensaram no povo em momento nenhum.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Hoje em dia é difícil confiar, por causa da roubalheira. Tudo bem que vem de anos, lá do tempo da carochinha, mas não era assim tão descarado como é hoje.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

➤ **Falta perspectiva para o futuro**

A **instabilidade política** e a **fragilidade econômica** geram **frustração** nos participantes pela ausência de perspectiva:

- O **desemprego** é **temido**, levando à redução dos gastos e do foco no que é necessário.

- O **Governo não** tem demonstrado ser **capaz de retomar** o caminho do crescimento.
- Há **dificuldade em encontrar uma alternativa no quadro político** que possa representar a solução para os problemas.
- A **falta de qualidade** cada vez maior nas áreas de **saúde, educação e segurança**, gera dúvida quanto ao futuro da família.
- A **falta de solidez e confiança** no país afasta os investimentos, agravando a crise.

“Se não tem uma política que traga empresas para cá, não tem como sair da crise.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Hoje eu economizo centavos para o dinheiro dar, hoje não tem como sair para tomar um sorvete com a minha filha.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Eu temo muito porque sou mãe. Então futuramente, para meu filho, eu tenho medo dele não ter educação, não ter saúde decente. Têm pessoas que morrem na fila. Eu não vou esperar o Governo fazer por ele o que não está fazendo, porque se não mudar hoje, daqui a 10, 15 anos eu não sei o que vai ser dele.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Eu acho que o país está muito instável, ninguém vai querer investir aqui.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Abandono, porque estão fechando muitos hospitais.” “Hiperinflação.” “Desemprego.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“Um fator que mais me preocupa no futuro, até se um dia eu tiver um filho, é a segurança e a saúde. Não tem condições, complicado.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

7.2 Impeachment

➤ O impeachment não deverá acontecer. Mas, quem sabe...

Continua predominando a sensação entre os participantes dos grupos de que o **impeachment não ocorrerá**:

- **Não há provas** contra a presidenta.
- Existem **culpados em todos os partidos políticos** e vão retardar o processo.
- No Rio de Janeiro, foi mencionado que o **judiciário cometeu erros** ao divulgar dados confidenciais, o que enfraquece o processo.

Contudo, observa-se a presença de participantes **convictos da aprovação** do impeachment:

- Operação **Lava Jato** vem descobrindo os atos ilícitos e **irão chegar à presidenta**.
- O **processo** de impeachment **está acontecendo** na Câmara.
- Com as **manifestações**, a população está pressionando. Há uma **grande mobilização social**.

O impeachment não deverá acontecer.

“Não tem provas para as pessoas tirarem ela.” “Deu uma esfriada, uma acalmada nos ânimos. Se fosse para ter, já tinha tido.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“A questão do impeachment, se houver, vai rasgar a Constituição, pois para ter o impeachment tem que ter crime, mas não há crime. Não estou falando de investigação, não há crime concreto e a nossa Constituição não permite.” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“Eu acho que é porque não tem base legal. Os políticos estão roubando hoje, mas roubam da empresa, tem imposto. Ele não veio aqui e roubou de você, ele não tirou a sua poupança que estava ali, não foi tão explícito, eles não tem essa base legal para dar o impeachment dela.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Mas eles têm muitas manobras, todo mundo ali deve favor para alguém, tem o rabo preso. Eu acho muito difícil ter impeachment.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Essa escuta que ele fez não tinha autorização. É por isso que o Governo vai se livrar.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

O impeachment poderá acontecer.

“Eu acho que existe a possibilidade de acontecer, porque ainda vai aparecer, tem outros nomes na Lava Jato que estão ligados a ela e ela não vai conseguir desvincular tão fácil. Ela está conseguindo com um jogo aqui, outro ali. E pela expressão que ela demonstra nos discursos e tal, ela está bem afetada.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“Acredito que vai ter impeachment sim até pela questão da mobilização social e do pessoal do Legislativo.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

“A Presidente está com quatro processos que fazem com que ela perca o mandato. Até agora só tem um processo sendo avaliado. No total são sete. Vai um atrás do outro até ela sair.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Eu também acredito que sim, o processo está rolando e ela não tem defesa. Ontem o advogado dela falou que ela cometeu um crime, mas que não foi grave. Bom, crime é crime, se ela cometeu tem impeachment.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Sim, a população está revoltada, não só aqui no sul, mas no Brasil todo.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

➤ **Os participantes contrários ao impeachment temem as consequências.**

Os principais argumentos utilizados pelos **contrários** expressam, principalmente, o **temor** pelas **consequências** que o impeachment pode gerar:

- **Desconfiança** em relação às ações dos políticos que assumiriam o poder.
- Possibilidade de **piora da crise**.
- O congresso tem **muitos deputados investigados** que não tem legitimidade para julgar.
- As **investigações da Lava Jato** que **podem parar**.
- **Não existem provas** contra a presidenta.
- A presidenta foi eleita e tem **direito de cumprir o mandato** até o fim.
- ✓ Somente com **novas eleições** se pode mudar o governo. Aguardar 2018.

“Eu sou contra. Vivemos em um país democrático. Eu acho o governo dela péssimo, mas não acho que seja motivo suficiente para ela sair. Eu acho que todo mundo foca muito no partido, como se fosse só culpa dele a corrupção.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Eu acho que vai continuar a mesma coisa, por isso que eu sou contra o impeachment. A linha de sucessão é o vice que também está sendo investigado, depois o presidente da câmara, também investigado. Eu acho que não há opção, ela teria de terminar o mandato e ter uma nova eleição.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Eu sou contra porque eu não quero que o vice entre. Eu prefiro que a gente se mobilize para ela cumprir o que prometeu quando foi reeleita do que derrubá-la agora que não vai melhorar muita coisa.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Sou contra. Realmente estamos num país democrático, não votei nela e não sou a favor do governo, mas eu acho que não justifica. Eu acho que quem está indo para as ruas, para o impeachment não é quem votou nela.” (São Paulo, 18 a 30 anos)

“O que virá não é uma saída boa. Acho mais fácil ela continuar e tentar. Quem entrar fará uma confusão entre eles, acho isso pior. Eles querem tirar muitos direitos que já temos... O que eles vão fazer para melhorar a economia? Mexer com quem está embaixo.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“Contra, acho que saindo a presidente não muda nada. Vem o vice e a equipe atrás é a mesma, vai continuar a tocar o barco.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

➤ **Os participantes favoráveis ao impeachment esperam que seja a saída da crise.**

Os **favoráveis** ao impeachment percebem na **troca do governo** a possibilidade de **saída da crise**:

- Um novo governo se veria obrigado a **apresentar ações para retomar o crescimento**.
- Sem mudança de governo **não há possibilidade de sair da crise**.
- É preciso **apostar na mudança**, ainda que não haja garantias.
- O impeachment pode **restaurar a confiança do mercado** (Nacional e Internacional).
- Precisa **condenar os corruptos**.
 - A Presidenta não teria como não conhecer os casos de corrupção praticados no governo e na Petrobrás.
- É preciso mostrar a **força do povo brasileiro**.

“As multinacionais vão voltar a ter olhos para o país. Por esse lado da visão política eu sou a favor. Para abrir nosso caminho.” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“Aumentaria a confiança dos estrangeiros, daria uma credibilidade maior para o País. Isso atrai novos investidores. Até mesmo a população pode ter um novo gás. É uma questão de esperança.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Eu acho que o vice está intimidado. Ele vai tentar fazer alguma coisa para melhorar. O que ela está fazendo a gente já está vendo, precisamos ver uma coisa nova.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Eu sou a favor, pelos crimes eleitorais e pedaladas fiscais. Provaram que foi dinheiro desviado que financiou a campanha dela.” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“Eles não foram éticos, usaram de métodos escusos para se manter no poder. A gente tem que dar a resposta na rua. As coisas não podem funcionar ao bel prazer deles, que acham que tudo funciona à base de dinheiro. Está errado.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“Eu sou a favor porque falta transparência no governo e é um governo que não tem iniciativa, desenvolvimento e conclusão.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

➤ **Será que o impeachment recupera ou piora a economia?**

Há um **descontentamento geral com o Governo Federal** e críticas à gestão da economia e à corrupção.

Os **posicionamentos** contra ou a favor ao impeachment da presidenta são determinados pela percepção de qual seria **o melhor caminho para superar a crise e recuperar a economia**:

- Participantes **favoráveis** acreditam que **somente com o impeachment** haveria possibilidade de uma **recuperação da economia**.
- Os **contrários** ao impeachment têm **desconfianças** quanto às forças políticas que assumiriam a direção do país e **acreditam que a crise poderia piorar**.
- Observa-se que entre os contrários, há uma tendência a **ressaltar as conquistas sociais** do governo e alguns se dizem beneficiários diretos de programas governamentais.

“Eu sei que a culpa não é só dela, mas o impeachment é o começo da solução, mas não a solução. Não significa que ela saía hoje e em seis meses tudo na maravilha, não, mas é um começo. A gente deixar ela lá, melhorar, não vai. A situação do Brasil é só piorar, então se temos certeza que com ela o Brasil vai piorar, então por que não dá uma chance pra outro melhorar?” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“A Bolsa está reagindo muito a favor do impeachment, o Governo saindo, está reagindo positivamente. Agora se é só um espasmo, se é só um momento a gente não sabe. Eu tenho muita dúvida do que vai ser por isso eu sou contra, eu acho que não deve ter o impeachment.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“É difícil saber, mas uma sensação de alívio dá em mim. Ufa, a presidente saiu, vamos ver o que o outro vai fazer.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Mais desemprego, mais instabilidade política, menos investimentos por parte do nacional e internacional. Ia ser complicado.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“A partir do impeachment o povo vai respirar, então conseguimos o que queria, mas vai ter que mostrar.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“Eu sou a favor do impeachment porque eu tenho fé, vindo o impeachment, muitas coisas tendem a melhorar, a mudança vem a acontecer, do jeito que está, até a nossa saúde, está difícil. Eu creio que vindo o impeachment, vai mudar isso, vai ter uma melhoria.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“Ela teve que dar continuidade a isso. Existe muita roubalheira, mas eu acho que o governo melhorou muito a vida do pobre. Eu falo por mim e muita gente que eu conheço que faz faculdade pelo Prouni, eu acho que facilitou muito.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

“Seus pais andaram de avião? Avós? Não, eles não tinham condições, não tinha acesso a nada. Deram condições do povo se informar.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

➤ **Novas eleições seriam melhores que o impeachment**

A convocação de **novas eleições** não foi mencionada espontaneamente, mas agradou a maioria dos participantes quando estimulada, por representar uma **solução melhor** que o impeachment – inclusive para os que são contrários ao processo:

- Novas eleições dariam **efetivo poder de escolha à população**, já que o impedimento não lhes dará opção e as alternativas de sucessão são ruins.
- As **esperanças poderiam ser renovadas**, consolidando a democracia – embora haja desilusão com os quadros políticos atuais.

Alguns reforçam a importância da **Lei Ficha Limpa** em novas eleições, excluindo os políticos que são investigados ou que foram condenados por algum ato ilícito.

“Com uma nova eleição você tem opção, no impeachment a gente não tem opção.” “Com novas eleições, a gente tem uma esperança de escolha.” (Rio de Janeiro, 21 a 30 anos)

“Novas eleições, tudo que é novo, é melhor, o vice está sabendo de tudo isso, ele está por dentro, não adianta você querer tirar a presidente e vir o vice.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

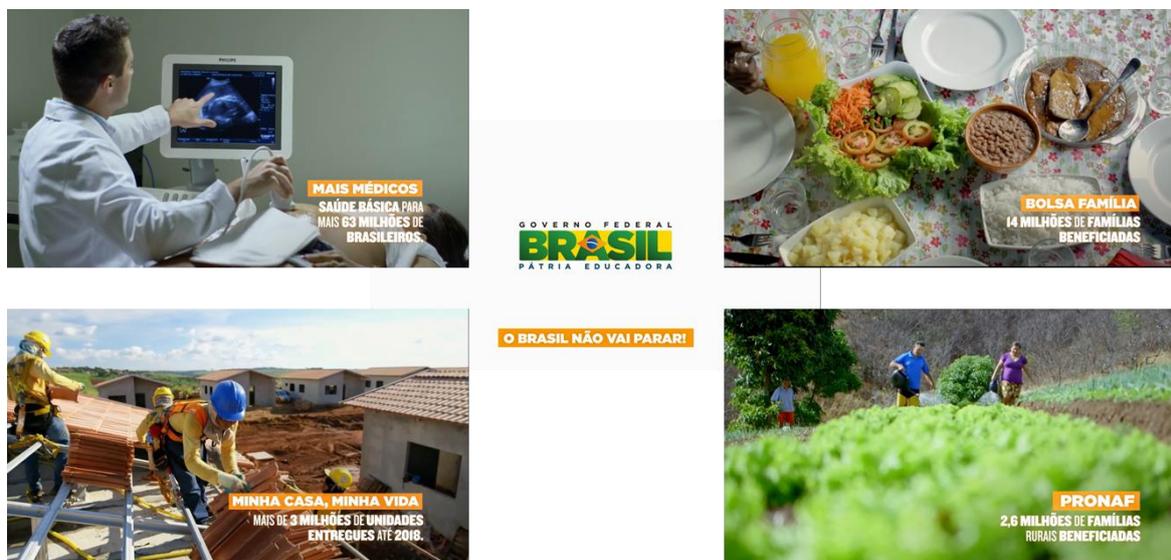
“Acredito que teria opção de escolher, mas o impeachment colocam lá na hierarquia, e vão passando a bola um para outro.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“É menos drástico que o impeachment.” (Rio de Janeiro, 31 a 45 anos)

“Eleições, pois, daí pode escolher, o que é diferente de um chegar lá. É tentando que uma hora vamos acertar.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

7.3 Avaliação Vídeos Programas Sociais

Os vídeos foram apresentados em dois grupos de cada praça: São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre.



A primeira reação dos participantes ao verem os filmes é de **rejeição**. Percebem como enganação, pois a visão da realidade que possuem não é a apresentada nos filmes.

- **A rejeição se dá principalmente para “Mais Médicos”.**

Somente os grupos mais jovens de São Paulo demonstraram melhor receptividade pelos vídeos. Consideram que é importante que o Governo mostre as ações positivas realizadas para a população.

O **contexto político atual** tem gerado nas pessoas um **descrédito** com todos os dirigentes do país e uma **preocupação com o futuro**. Desse modo, a comunicação do Governo com uma ênfase muito positiva no conteúdo leva a sensação de que o Governo tenta ludibriar a população e reconquistar a sua confiança.

Os **filmes geram debates** sobre a **importância desses programas**, considerados relevantes, como também geram **críticas** sobre a realização dos mesmos:

- **Minha Casa Minha Vida** obteve **melhor aceitação** entre os programas apresentados nos vídeos, pois os participantes presenciam essa realidade em seus bairros.
- **Bolsa Família** é percebido como um **excelente programa**, dando qualidade de vida para a população carente. Porém criticam a sua gestão, permitindo o benefício para pessoas que não precisam.

- Segundo os participantes, o programa **Mais Médicos não existe na prática**. Sugerem a visita a qualquer unidade de saúde pública para verificar a real qualidade do atendimento médico.
- A **maioria não conhecia o Pronaf**. Acharam a ideia muito boa, porém não acreditam que aconteça na prática, pois nos noticiários não parece ser essa a realidade dos agricultores.

7.3.1 Avaliação Minha Casa Minha Vida

O vídeo **Minha Casa Minha Vida** obteve **melhor aceitação**, mesmo que em **menor intensidade**, entre os participantes.

Percebem que o **programa existe na prática** (mesmo com suas deficiências) e o Governo Federal está mostrando algo que acontece.

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Consenso de que é um programa muito bom e de que ajudou muito a população carente. • Programa verdadeiro, está acontecendo, é real. 	<p><u>PREDOMINÂNCIA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepção de que não há mais tantas obras do MCMV como se via no passado. • É mentirosa. Não é tudo tão belo assim. • Exemplo de que está há anos na fila e não consegue.

7.3.2 Avaliação Bolsa Família

O filme **Bolsa Família** obteve **maior rejeição ao conteúdo** e **à execução** do filme, gerando a sensação entre os participantes dos grupos de que o Governo Federal quer enganar a população mostrando que a vida da população está boa, quando não está.

Essa sensação se exacerba ao ver uma mesa farta, o que não é real.

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • É um bom programa, porém mal executado. <p><u>JOVENS SP:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa favorável, principalmente para o Nordeste. – Programa de inclusão. • É de verdade. • Tem informações claras de quantos são beneficiados. 	<p><u>PREDOMINÂNCIA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Benefício está perdendo o poder de compra com os aumentos de preços. • Imagens da mesa de almoço não correspondem à realidade de alguém que recebe Bolsa Família. • Críticas ao programa: povo mal acostumado/ quem não precisa, recebe/ dinheiro jogado fora.

“Tinha até uma Coca Cola! Imagina se quem vive de Bolsa Família pode comprar Coca! Você sabe quanto tá custando uma Coca?” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

7.3.3 Avaliação Pronaf

É um programa de **menor conhecimento** e mais distante da realidade dos participantes. Gera **pequena mobilização**.

Porém, ao considerarem o que veem nos noticiários não acreditam que a vida dos agricultores esteja tão bem quanto aparece no filme.

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<p><u>JOVENS SP:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Conhecer que esse programa existe.• É inovador.• Está acontecendo.	<p><u>PREDOMINÂNCIA:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Considerando os noticiários, acreditam que a realidade no campo não deve ser tão boa como a mostrada.

7.3.4 Avaliação Mais Médicos

O vídeo **Mais Médicos** obteve **alta rejeição** entre os participantes. Demonstram indignação após o término do filme, pois a maioria afirma com propriedade de que esse programa não existe, diferentemente do Minha Casa Minha Vida e Bolsa Família.

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none">• O conceito do programa é legal, mas não existe.	<p><u>CONSENSO:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Enganação, não percebem na realidade (citam exemplos próprios)• Exemplos de mal atendimento e diagnósticos errados.• Percepção de que a qualidade do atendimento na saúde só está piorando.• Mostra um quadro como se tudo fosse belo. E não é.• Cansado de ser enganado na área da saúde.• É menos médicos.• É o pior vídeo, péssimo.

7.3.5 Avaliação frase “Brasil não vai parar”

A frase “Brasil não vai parar” gera **incômodo** entre os participantes.

Para alguns é como se fosse uma **afronta ao real contexto do país**.

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<p><u>JOVENS SP:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Continuam investindo. País não vai parar.• Para a população não ficar em pânico/ ficar sossegado que os programas não vão parar.• Combina com o Minha Casa Minha Vida: obras já estão em andamento e mesmo que o Governo mude, não vai parar.	<p><u>PREDOMINÂNCIA:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• O filme não mostra o porquê que o país não vai parar.• Falta credibilidade à frase <p><u>CONSENSO:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Com Mais Médicos não combina: programa nem começou, quanto mais parar.

““O Brasil não vai parar” é uma frase muito mentirosa.” (São Paulo, 31 a 45 anos)

7.3.6 Entendimento dos Vídeos Programas Sociais

Para os participantes o **entendimento** dos filmes **não condiz com a realidade atual** do país e por isso gera a sensação de que o **Governo Federal** deseja **manipular** a população escondendo os problemas atuais e falando dos programas que “ajudam” a uma parcela da população, mas que **não é o assunto relevante no momento**.

PONTOS POSITIVOS
<p><u>PREDOMINÂNCIA:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Tentativa de manipulação. Querem mostrar que o Governo continua com seus programas para que a população confie nele.• Mostra uma realidade maravilhosa que não corresponde ao momento de crise.• Querem acalmar os ânimos da população.• Que não irão deixar o povo na mão.• Não mostra o que está acontecendo no país e não fala o que está sendo feito para acabar com a crise. <p><u>JOVENS SP:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Governo prometeu, cumpriu e está informando que fará mais.• Mostrar o que o Governo fez de bom.• São programas que ajudam a população. <p>Programas continuam vivos e não vão parar, mesmo com as dificuldades.</p>

“Eles visam onde mais dói, a pessoa carente, que não tem casa. Mostra a mulher dobrando a roupa. Isso é uma manipulação visual.” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

“Não é porque a gente está contra ou a favor que a gente não enxerga a realidade das coisas. São propagandas políticas. Propaganda para encher os olhos.” (Belo Horizonte, 31 a 45 anos)

“Enganação. Acham que através de propagandas bem feitas, vão conseguir apoio do povo. É isso que eles querem, desenhar um quadro como se tudo fosse belo, eles transformam e passa a ser tudo mentira. Cada vez que entra um político novo é só para enganar a população, melhoria nenhuma está trazendo.” (São Paulo, 21 a 30 anos)

“As pessoas estão totalmente contra o Governo, as pessoas vão ficar enlouquecidas, vendo como um deboche.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“Essa propaganda é a pior. Toda hora você vê fila em hospital, todo mundo passando mal e não é atendida. Gente que foi operar o pé esquerdo e operaram o direito, participou do mutirão da catarata e ficou cego. A saúde é péssima.” (São Paulo, 31 a 45 anos)

“Pela visão geral, isso está zombando. Chamaram a gente de palhaço. Quem vai acreditar?” (Belo Horizonte, 21 a 30 anos)

7.4 Avaliação pronunciamento da Presidenta de 05/04

- Vídeo apresentado em dois grupos de cada praça: Belo Horizonte e Porto Alegre –



O pronunciamento da presidenta é acompanhado com **atenção e interesse**.

Participantes contrários ao impeachment veem seus argumentos reforçados.

Participantes favoráveis entendem que a presidenta está fazendo o esperado, se defendendo das acusações, mas que não apresenta argumentos convincentes.

Criticam a ausência de menção a qualquer plano para a recuperação da economia.

“Eu não gostei, não gosto dela de forma nenhuma, ela não mostra uma preocupação com o povo. Ela só diz que foi apunhalada, mas não fala nada que vai fazer para melhorar. Ela se esqueceu de que tem um país que votou nela e está nessa situação hoje. Ela não está preocupada com o povo que elegeu ela.” (21 a 30, Belo Horizonte)

“Fala de democracia, de regras, de respeitar as regras. Ela foi escolhida para estar ali, não fez nada que a condenasse para se punida, como se ela tivesse roubado, como se fosse um cachorro. A eleição acho que seria democrático, mas o impeachment, sou contra.” (Porto Alegre, 31 a 45 anos)

“Justamente o que estávamos conversando, como tirar alguém do governo sem provas? Sendo que foi uma pessoa eleita por 54 milhões de brasileiros. Como um processo de impeachment sem ter provas?” (21 a 30, Belo Horizonte)

“Eu não gostei de ela ficar se defendendo. Ela tem o direito de se defender, mas não gostei disso, porque ela sabe que está errada nas pedaladas, na roubalheira.” (Porto Alegre, 21 a 30 anos)

8 Conclusões/ Considerações finais

Todos os participantes dos grupos concordam:

- Persiste o **agravamento da crise econômica**.
- A **conjuntura política é crítica** e impacta diretamente na economia.
 - Disputam o poder.
 - Generalização da corrupção.
 - Esquecem os interesses da população.
- E é **quase inexistente** a perspectiva de **futuro**, visto a instabilidade política e a fragilidade econômica.

Em sua maior parte, os argumentos contra e a favor do impeachment representam pontos de vista diferentes sobre **a melhor saída para a crise**:

- **Contrários** – **temem** as consequências do impeachment
- **Favoráveis** – o impeachment é a **esperança de melhorias** no futuro.

CONTRA O IMPEACHMENT

- Desconfiança em relação às ações dos políticos que assumiriam o poder
- Possibilidade de piora da crise.
- O congresso tem muitos deputados investigados que não tem legitimidade para julgar.
- As investigações da Lava Jato que podem parar.
- Não existem provas contra a presidenta.
- A presidenta foi eleita e tem direito de cumprir o mandato até o fim.

A FAVOR DO IMPEACHMENT

- Um novo governo se veria obrigado a apresentar ações para retomar o crescimento.
- Sem mudança de governo não há possibilidade de sair da crise.
- É preciso apostar na mudança, ainda que não haja garantias.
- O impeachment pode restaurar a confiança do mercado (Nacional e Internacional).
- A Presidenta não teria como não conhecer os casos de corrupção praticados no governo e na Petrobrás.
- É preciso mostrar a força do povo.

Com os **acontecimentos políticos** atuais e as **constantes manifestações**, surgem alguns participantes que **acreditam** na ocorrência do **impeachment**.

- Contudo, ainda **predomina** a opinião de que **o impeachment não ocorrerá**.

A ideia de **novas eleições presidenciais** tem **boa receptividade**. Remete à efetividade do **poder de escolha** à população, embora acreditem que as opções no cenário político atual não permitam uma renovação.

No **Rio de Janeiro** e **Belo Horizonte** os participantes **mantiveram** suas opiniões em relação ao impeachment.

Em **São Paulo**, um participante mudou de **favorável ao impeachment para contra** após a discussão em grupo.

Em **Porto Alegre**, um participante mudou de **favorável ao impeachment para contra** e outro participante de **contra para favorável**.

MUDOU DE “A FAVOR” PARA “CONTRA”

- A situação econômica do país vai piorar.
- O impeachment não será a solução. Só vai mudar de presidente, pois quem assume é o vice.

MUDOU DE “CONTRA” PARA “A FAVOR”

- O país pode mudar.
- Pode ter a possibilidade de novas eleições presidenciais.

No contexto atual, os participantes se mostram **convictos de suas posições** em relação ao impeachment e **pouco dispostos** a revê-las.

Quanto aos **filmes avaliados** sobre os programas do Governo Federal:

- Se o país passasse por outro contexto econômico e político a reação aos filmes seria diferente, pois os programas são – de uma forma geral – aceitos pelos participantes, principalmente o Minha Casa Minha Vida e Bolsa Família.
- Porém, nesse momento predomina a percepção de que os filmes estão **desconectados da atual realidade de crise** por qual passa o país.
- Esta percepção leva os participantes, tanto entre os contrários como os favoráveis ao impeachment, a **associarem negativamente os filmes a uma tentativa de “manipulação” da opinião ou de “maquiagem” da realidade**.
- O consenso é de que o governo deveria **mostrar a realidade atual do país e apontar as medidas** que estão sendo tomadas para enfrentar a crise. Querem saber quais são os planos do Governo Federal para o futuro, pedem transparência.

9 Recomendações

Recomenda-se que o Governo Federal reforce sua comunicação quanto às **ações voltadas à recuperação econômica e retomada do crescimento**, especialmente aquelas que possam levar à melhoria dos serviços públicos (com destaque para as áreas da saúde e educação) e estímulo ao emprego.

Considerando que os conteúdos dos filmes testados geram uma **discussão** sobre a **importância dos programas sociais** na vida da população carente, a veiculação dos mesmos é **relevante**. Porém, **ajustes** devem ser realizados para evitar a impressão de desconexão com a realidade ou manipulação:

- Substituir ou excluir a frase final “Brasil não vai parar”.
- Optar por cenários mais próximos à realidade da população carente.

Anexo I – Roteiro

ESTUDO QUALITATIVO REGULAR DE OPINIÃO PÚBLICA VI

Para esta pesquisa adotaremos uma estratégia de mediação vivencial, em que a intervenção do-a moderador-a deve acontecer com a menor frequência possível. Deve-se, antes, estimular o diálogo entre os-as participantes, atentando-se para as conversas e discussões. O roteiro não deve aprisionar o-a pesquisador-a, que estará livre para formular as perguntas da forma que melhor se encaixar no desenvolvimento da conversa. Para essa metodologia, não utilizaremos um roteiro estruturado. Começaremos a adotar um modelo semiestruturado, que elenque os itens a serem pautados na interação dos participantes entre si.

Orientações:

Se alguma parte surgir do roteiro aparecer de forma espontânea e ela for capaz de gerar discussão entre o grupo não é necessário estimular com o item do roteiro.

Se o tema surgir espontaneamente, mas não se propagar como discussão no grupo, então estimule com o item do roteiro.

Quando for necessário estimular a fala dos(as) participantes, direcione as respostas para o debate e discussão do grupo.

1. INTRODUÇÃO – 05 MINUTOS

- Apresentação da dinâmica, importância da participação, papel do moderador.
- Breve apresentação dos participantes: nome, idade, estado civil/ se tem filhos(as), profissão/ o que faz.

2. CRISE POLÍTICA – 15 MINUTOS

- Estimular a conversa sobre a situação política do país.
- Estimular a expectativa quanto aos desdobramentos da crise.

3. IMPEACHMENT - 40 MINUTOS

- Perguntar o posicionamento, se favoráveis ou contrários, estimulando os motivos.
- Estimular a falarem sobre a expectativa: se o impeachment realmente vai acontecer.

- CASO NÃO APAREÇA ESPONTANEAMENTE. Estimular o que sabem sobre o tempo do processo de Impeachment.
- CASO NÃO APAREÇA ESPONTANEAMENTE. Estimular o que sabem sobre a sucessão presidencial em caso de impeachment.
- Estimular o debate sobre as consequências do impeachment para o país.
- CASO NÃO APAREÇA ESPONTANEAMENTE. Estimular o que acontecerá com a economia em caso de impeachment.
- Estimular que área do governo ou serviço público será mais afetada pelo impeachment.
- CASO NÃO APAREÇA ESPONTANEAMENTE. Estimular se preferem um impeachment ou novas eleições.

4. TESTAR VÍDEOS DE PRONUNCIAMENTOS/ENTREVISTAS/TESTES (SE HOVER MATERIAL PARA TESTAR) – 30 MINUTOS

Se necessário, um roteiro específico para o teste será anexado. Não sendo o caso, segue-se este.

- Estimular a opinião sobre o material.
- Estimular os trechos que mais gostaram e os motivos.
- Estimular os trechos que não gostaram e os motivos.
- Estimular as sugestões.

5. AVALIAÇÃO DO IMPEACHMENT - 30 MINUTOS

- Estimular o posicionamento sobre o impeachment.
- Estimular o motivo de quem é favorável.
- Estimular o motivo de quem é desfavorável.
- Estimular o que acham que poderia ser feito pelo Governo Federal para não ter impeachment.

6. ENCERRAMENTO

Anexo II – Cronograma e Perfil – DG's

CIDADE	IDADE	CLASSE	Opinião sobre o impeachment	Data	Hora
RIO DE JANEIRO	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	28/mar	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	28/mar	20:30
	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	04/abr	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	04/abr	20:30
SÃO PAULO	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	29/mar	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	29/mar	20:30
	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	05/abr	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	05/abr	20:30
BELO HORIZONTE	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	30/mar	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	30/mar	20:30
	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	06/abr	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	06/abr	20:30
PORTO ALEGRE	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	31/mar	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	31/mar	20:30
	21 a 30	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	07/abr	18:30
	31 a 45	C1 e C2	50% Favoráveis/ 50%Contrários	07/abr	20:30