



# **Pesquisa: Sustentabilidade e a presença na mídia**

**ISBN: 978-85-89702-13-3.**

**Coordenadores: Paulo Nassar e Suzel Figueiredo**

# **Sustentabilidade e a presença na mídia**

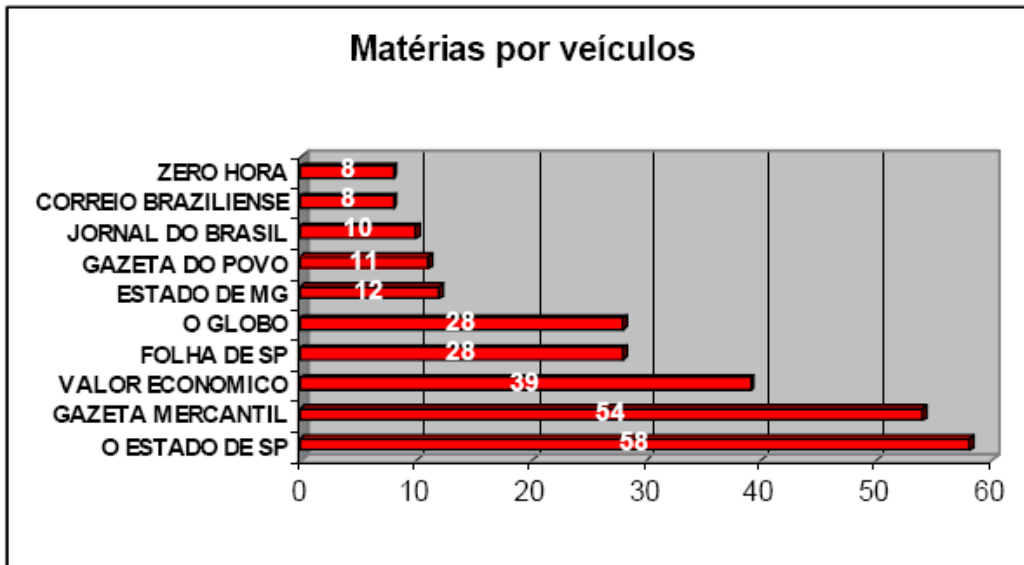
## **Pesquisa 2008**

O Fórum Comunicação e Sustentabilidade foi o motivador para uma análise sobre o tema Sustentabilidade na mídia nacional. Uniram os esforços a Trama Comunicação, o DATABERJE – Instituto de Pesquisa da ABERJE e a Sino Soluções em Informação para identificar os principais temas divulgados no período de 15 de fevereiro a 15 de maio de 2008.

Optou-se por selecionar as mídias impressas de grande impacto, por suas tiragens e distribuição nacional. Os jornais escolhidos foram O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Gazeta Mercantil, Valor Econômico, O Globo, Jornal do Brasil, Gazeta do Povo (PR), Estado de Minas, Zero Hora (RS) e Correio Braziliense (DF). Dentre as revistas, as analisadas foram Exame, Veja, Isto É, Época e Carta Capital.

### **Sustentabilidade é pauta recorrente**

O tema da sustentabilidade foi pauta 256 vezes no período pesquisado, junto aos principais veículos, sendo o Estado de São Paulo a publicação com maior número de matérias no período. Chama a atenção o volume de matérias dos jornais de negócios, Gazeta Mercantil e Valor Econômico, que juntos somam 93 matérias, ou uma cada dia.



### **Matérias por veículos**

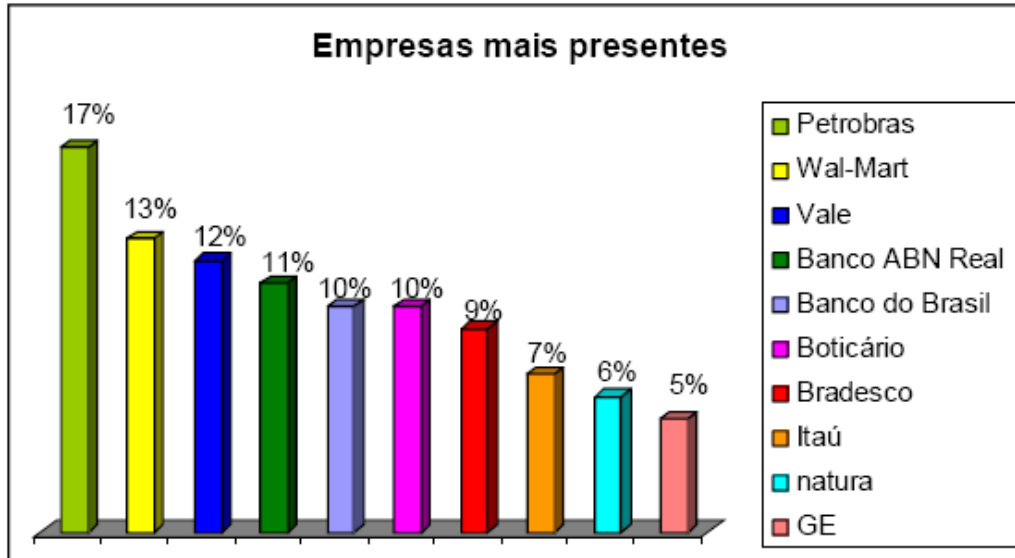
Nas revistas, foram publicadas 18 matérias no período, sendo a Exame com 6 matérias e mais espaço disponível. Época publicou 4 diferentes abordagens, Veja e Isto É, 3 matérias cada e Carta Capital, duas.

### **Tom positivo prevalece**

As matérias tiveram tom positivo em 91% dos casos. O volume de matérias positivas publicadas corresponde a 96 páginas de jornal e 45 páginas de revista. Notícias negativas representaram menos de 8 páginas nos jornais e não tiveram representação nas revistas.

### **Empresas são protagonistas**

Em mais de 100 matérias divulgadas, corporações foram fonte ou serviram para ilustrar as questões de sustentabilidade.



**Base: 107 matérias**

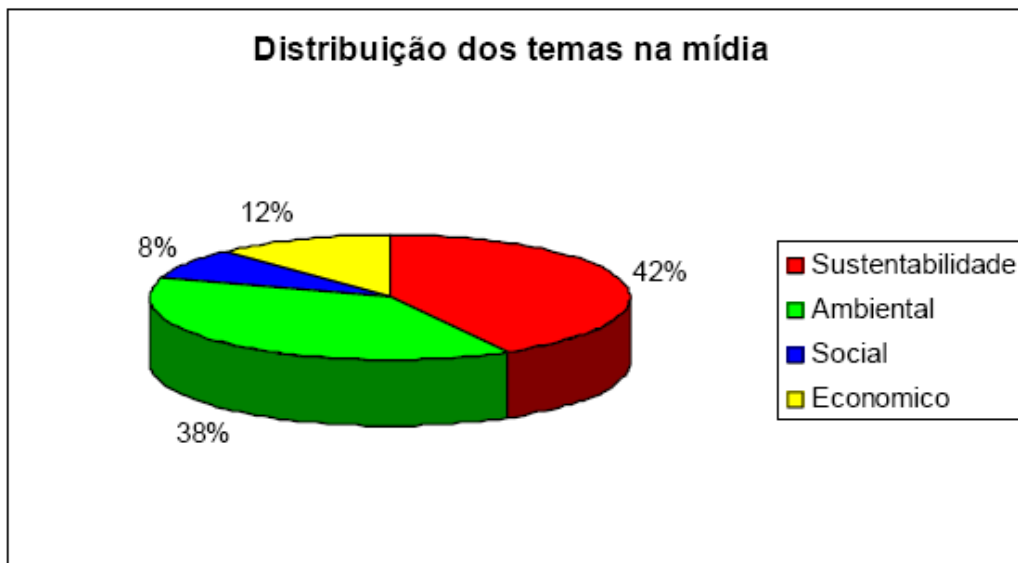
Embora a Petrobras tenha a maior participação, chama a atenção o setor financeiro, já que somando a participação de todos os bancos, esteve presente em quase 40% das matérias publicadas.

#### **Tema integrado ocupa mais espaço**

O tema sustentabilidade foi tratado de forma integrada, considerando os tripés social, ambiental e econômico em 42% dos casos. Assuntos ligados ao meio ambiente representam 38% das matérias, englobando neste caso pautas sobre Amazônia, biocombustíveis, desmatamento, crédito carbono, para citar as abordagens mais recorrentes.

As matérias com enfoque econômico tratam de assuntos como competitividade responsável, consumo consciente, capitalismo solidário, iniciativas empresariais sustentáveis, dentre outros.

Nas publicações com foco em negócios, como Valor Econômico, Gazeta Mercantil e Exame, as matérias abordam a sustentabilidade em seu conceito amplo, em mais de 60% das situações.



### **Meios de comunicação aliados à Sustentabilidade**

Pesquisas realizadas pelo DATABERJE no ano de 2007, junto a comunicadores empresariais, de fundações, institutos e empresas associados à ABERJE e ao GIFE, indicam que a mídia é o grande formador de opinião sobre sustentabilidade.

Este levantamento sinaliza que o papel de educação e difusão de temas de interesse público foi incorporado pela grande mídia impressa nacional, que se engajou no tema que é o grande foco mundial da primeira década deste novo milênio.

### **Ficha técnica**

Organização Trama Comunicação

Análise DATABERJE – Instituto ABERJE de Pesquisa

Coordenação: Paulo Nassar e Suzel Figueiredo

Clipagem Sino Soluções em Informações

Período de estudo: 15/02/08 a 15/05/08

Escopo pesquisado: 256 matérias dos principais jornais e revistas do país

Tipo de análise: análise de conteúdo

Metodologia quantitativa