



ALTER

CONTEÚDO RELEVANTE

RELATÓRIO DE EXPOSIÇÃO DE MÍDIA ANÁLISE E DADOS



cebds

Conselho Empresarial Brasileiro
para o Desenvolvimento Sustentável

Jul-Ago/2020

A divulgação do Comunicado do Setor Empresarial Brasileiro, ao longo dos meses de maio e junho, resultou em indicadores históricos de exposição do CEBDS na mídia em um período de 60 dias. O resultado é reflexo da combinação de três fatores: (i) a estratégia alinhada entre as organizações e empresas ao longo do período de construção do documento, para não deixar vaziar informações e nem criar expectativas que se frustrassem, em conjunto com o alinhamento cirúrgico da comunicação para planejar a divulgação; (ii) concisão do texto e posicionamento responsável, consistente e apartidário; (iii) momento oportuno de lançamento, na mesma época em que os investidores estrangeiros fizeram o mesmo movimento, e no mesmo dia em que o MPF pediu a cassação do ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles.

O alinhamento com a repórter Daniela Chiaretti, do Valor Econômico, se mostrou acertado, e no *timing* adequado para virar a manchete do jornal no dia 7 de julho. A repórter, inclusive, mereceu destaque pelo “furo” sendo mencionada em outros veículos e convidada a participar de entrevistas, lives e do podcast de Renata Lo Prete, que possui a maior audiência no gênero atualmente.

A manchete do Valor teve efeito cascata na mídia *mainstream* nacional e em agências internacionais (incluindo post do correspondente do The Guardian em seu perfil pessoal no Twitter). O Comunicado ocupou o noticiário das principais emissoras de TV e rádios do país durante a programação do dia, com reflexos ao longo da semana. E culminou com matéria de destaque no **Jornal Nacional**, de 2’24”.

No dia 8, o Comunicado ganhou destaque nas edições dos **principais impressos do país**: O Globo, Folha, Estadão e Correio Braziliense. E, no dia 9, foi tema do Podcast O Assunto, de Renata Lo Prete, mesmo dia em que Marina Grossi participou da discussão conduzida pelo jornalista André Trigueiro, no Estúdio I, da Globo News.

A visibilidade do Comunicado pôde ser medida já pelas mais de 30 adesões extras que se somaram aos signatários antes mesmo da agenda com o presidente do Conselho Nacional da Amazônia, o vice-presidente Hamilton Mourão, no dia 10. A entrevista coletiva logo após a reunião foi uma decisão acertada, com excelente espaço na mídia online, impressa (chamada de capa dos jornais O Globo e Estadão), e especialmente na TV, com exposição de 4'39" no Jornal Nacional, entrevista para CNN e repetições na Globo News.

No fim de semana, a pauta conquistou a manchete principal nas edições de domingo dos jornais O Globo e Folha de S. Paulo **e matéria de 4'22" no programa Globo Rural, da TV Globo**. Na semana seguinte, a agência de notícias DW (Deutsche Welle), da Alemanha, publicou ampla entrevista com a presidente do CEBDS, Marina Grossi, em seu portal. A SRF (Schweizer Radio und Fernsehen), Rádio e TV Suíça, publicou matéria nos dois canais, com declarações da porta-voz do Conselho Empresarial.

Duas das principais revistas semanais brasileiras também deram destaque para esta agenda. Na edição do dia 15, a *Veja* deu maior enfoque no agronegócio, com a manchete ‘Salvem a nossa safra’. No dia 22, a *IstoÉ Dinheiro* levou o assunto para a capa, puxando como gancho o impacto negativo na reputação da marca Brasil.

No dia 19, a divulgação alcançou seu melhor resultado, com exposição no Fantástico – uma conquista proativa costurada ao longo de duas semanas. Embora a reportagem de quase 10’ tivesse como foco principal críticas à política ambiental do governo, a **participação de Marina Grossi** na parte final da matéria teve tom positivo e otimista, da construção de uma nova economia, mais verde.

Nesse contexto, interessante observar que o Estadão criou um projeto especial em Economia & Negócios, batizado **Retomada verde**. Na edição do dia 26 (domingo), o jornal publicou três matérias especiais sobre o tema. A agenda com o **presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia**, no dia 28, manteve a pauta no radar da grande mídia, com exposição nos principais impressos do país e também na agência internacional Reuters.

Em agosto, o principal destaque foi a matéria no **The Guardian** no dia 13, um dos mais influentes veículos do mundo, com declaração da presidente do CEBDS, Marina Grossi. O Guardian destacou que o CEBDS teve reuniões com lideranças políticas cobrando ações para proteção à Amazônia. E também a participação da porta-voz em matéria do **Jornal Nacional** no dia 11, após a reunião com ministros do STF.

Um ponto que chamou a atenção foi a **presença de lideranças empresariais na mídia**, vocalizando as principais mensagens do Comunicado e **empoderando o CEBDS** como a organização líder do setor nesta agenda. Entre eles, os presidentes do **Bradesco, Natura, Suzano, Microsoft e Alcoa**. A participação dos presidentes da Alcoa e Microsoft na Live do Valor, inclusive, foi **resultado de ação proativa e articulação da equipe de atendimento da Alter**.

A agenda do setor empresarial com autoridades públicas –reuniões com **ministros do STF, governadores do Consórcio da Amazônia e procurador-geral da República** – repercutiu amplamente na mídia, com visibilidade nos veículos da mídia *mainstream*: **JN, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Valor Econômico, UOL, Reuters, O Globo** e outros. E a adesão de **Fundos de Investimentos nacionais** ao Comunicado ganhou matéria de fôlego no Estadão, com grande repercussão nas mídias regionais.

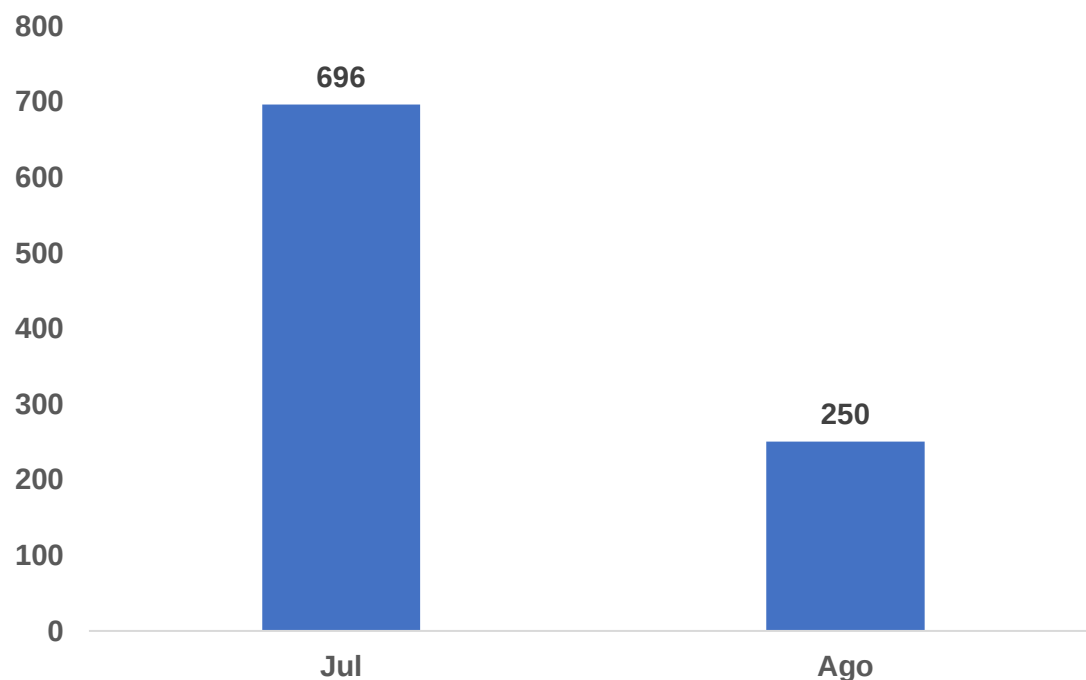
A low-angle, upward-looking photograph of a massive tree trunk in a forest. The trunk is thick and textured, with visible horizontal growth rings and some vertical fissures. Sunlight filters through the dense green canopy above, creating dappled light and shadows on the bark. The perspective makes the trunk appear to converge towards the top of the frame.

**DADOS
ESTATÍSTICOS**

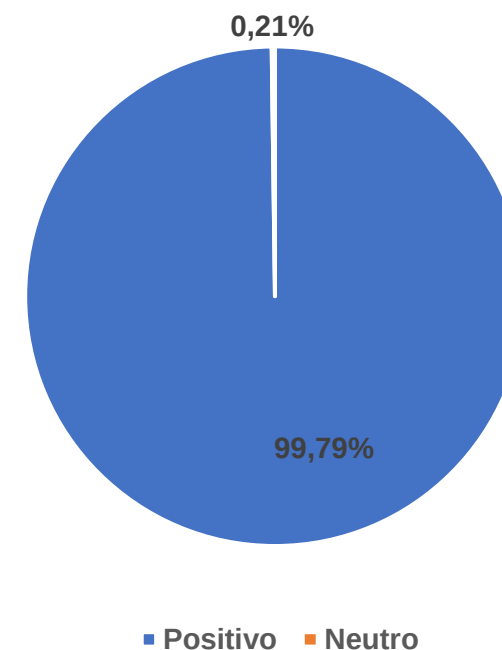
Dados Jul-Ago/20

Com 946 inserções nos meses de julho e agosto, o CEBDS alcançou um resultado histórico de exposição de mídia, considerando que quase 100% dos resultados tiveram tom positivo.

Volume



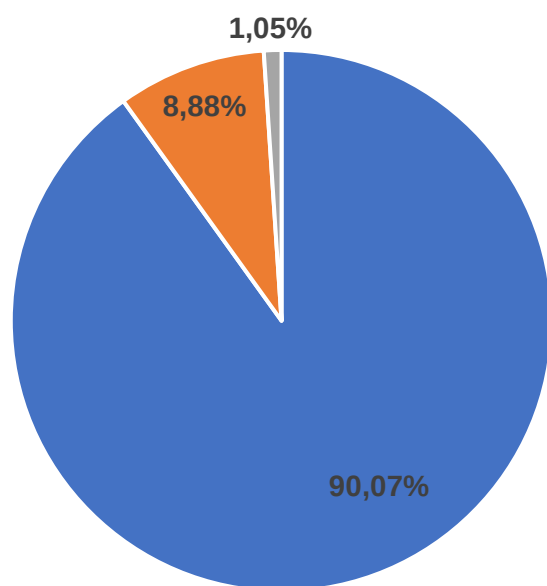
Tom



Dados Jul-Ago/20

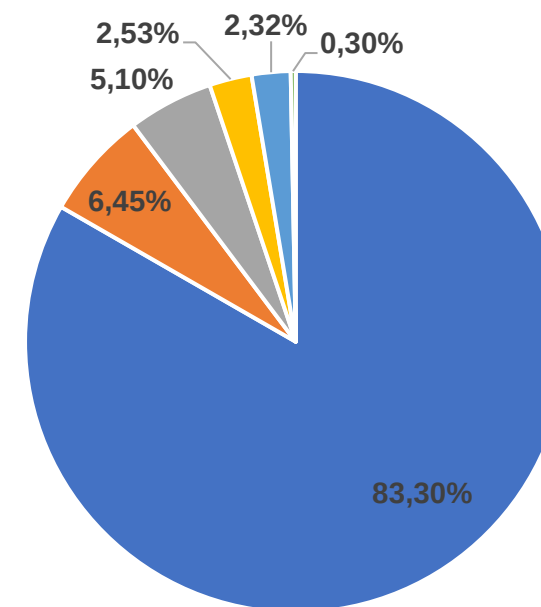
A proatividade nas ações de divulgação (mais de 90% do total) foi determinante para a qualidade e a diversidade dos espaços alcançados no período, com inserções em seis diferentes tipos de mídia.

Tipo de Ação



■ Proativa ■ Neutra ■ Reativa

Tipo de Mídia

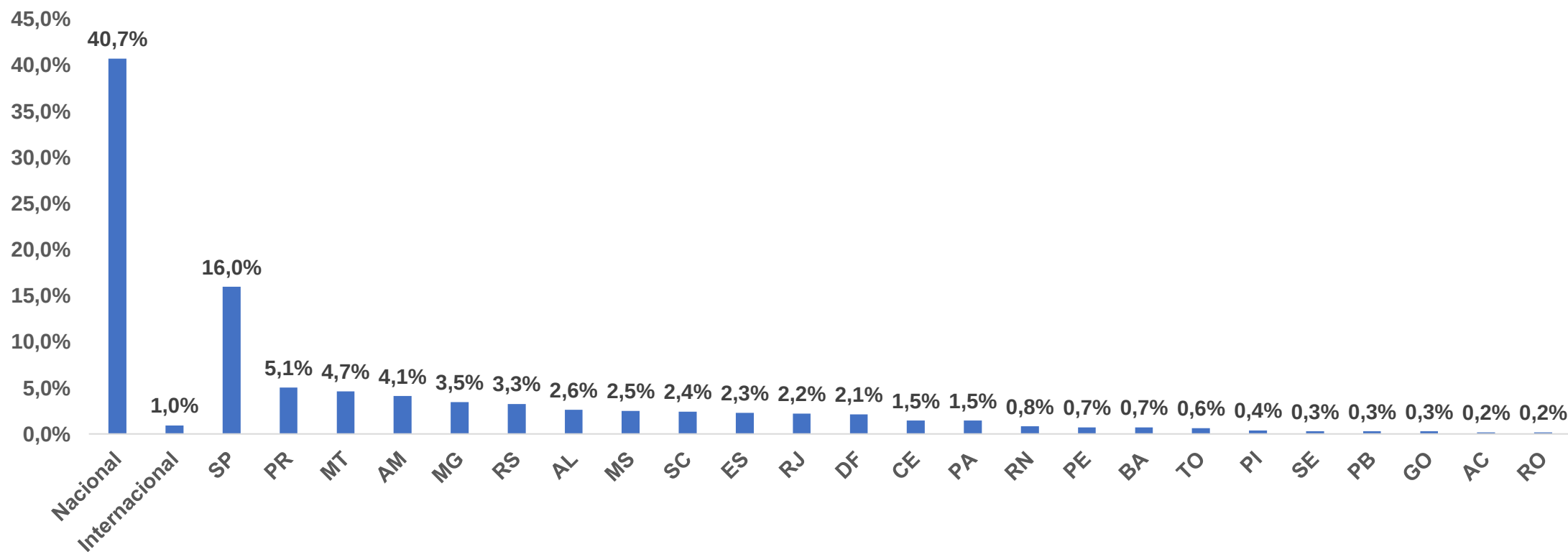


■ Online ■ Jornal ■ TV ■ Agência ■ Rádio ■ Revista

Dados Jul-Ago/20

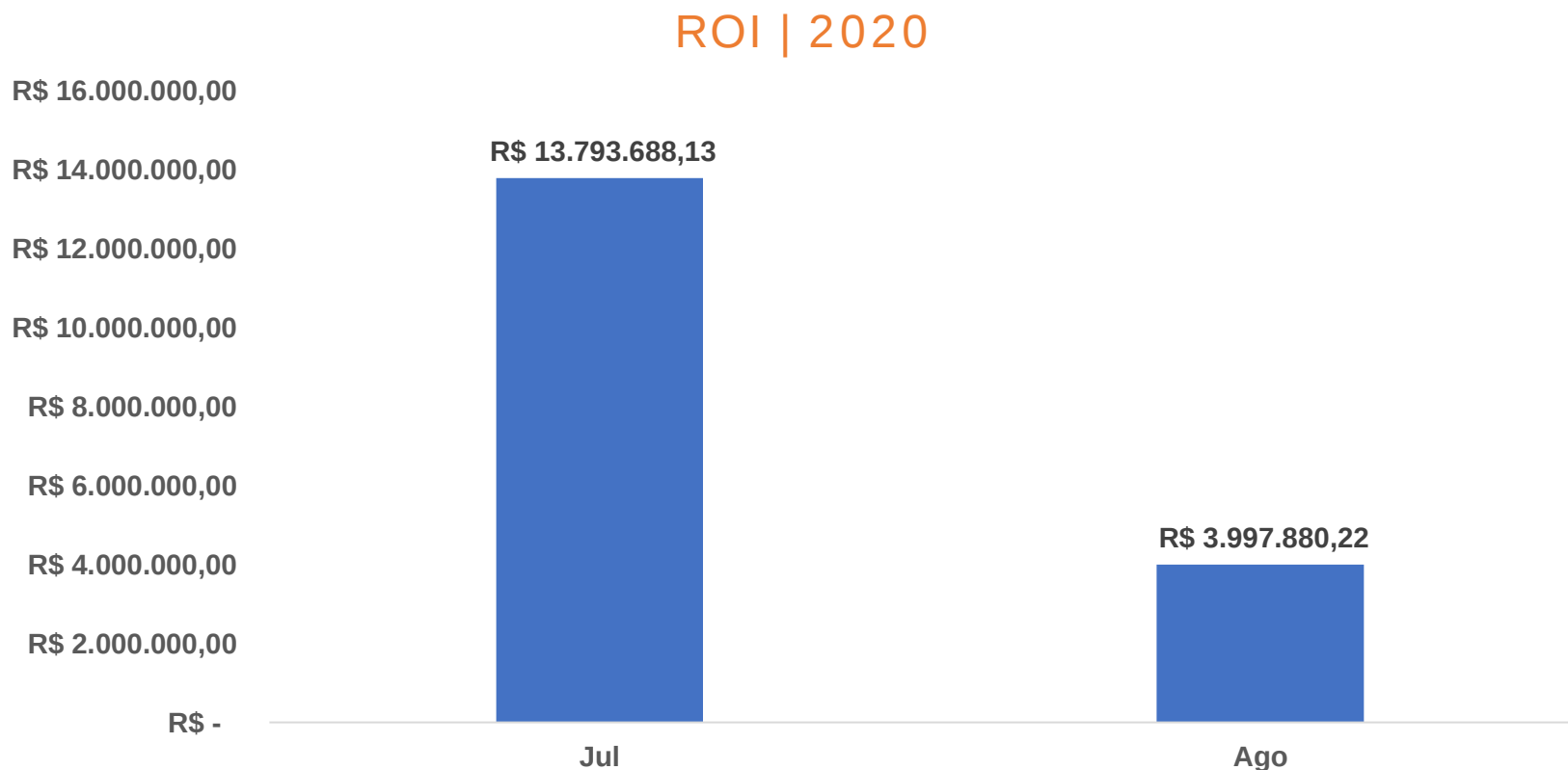
A visibilidade foi ampla, com maior penetração na mídia nacional, com 40,7% do total. A exposição alcançou a mídia de 24 Estados e veículos internacionais, como The Guardian, AP, NY Times, EFE, DW e Reuters.

Abrangência



Dados Jul-Ago/20

O retorno de mídia registrado no período indica a dimensão da exposição alcançada, se fosse via anúncio publicitário. Se considerar valores intangíveis, como transparência e credibilidade, o valor seria maior.



*ROI: retorno de mídia, de acordo com tabela publicitária.