



# MÍDIA E POLÍTICA

Pesquisa sobre hábitos de informação  
dos Deputados Federais

2009

# Sumário

- 03 Introdução
- 05 Dados técnicos
- 10 Hábitos de uso da mídia
- 23 Avaliação do governo Lula
- 28 Conclusões





## INTRODUÇÃO

Este é o relatório geral da pesquisa **“Mídia e Política - Pesquisa sobre hábitos de informação dos Deputados Federais”**, edição 2009. Ela revela dados acerca do uso que os deputados fazem de diferentes meios de comunicação e suas avaliações diante dos seguintes temas: a credibilidade da mídia, a influência da mídia em decisões legislativas, os desempenhos do Governo Federal e do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a importância e imagem dos ministros de Estado.

Entre dezembro de 2008 e janeiro de 2009, o Instituto FSB Pesquisa entrevistou 235 deputados federais, ou 46% do total de integrantes da Casa. Foram entrevistados deputados de todas as unidades da Federação e de 18 dos 19 partidos políticos com representação na Câmara.

A pesquisa aponta dados interessantes e relevantes para o conhecimento das relações entre a mídia e o Congresso, duas das mais importantes instituições de qualquer democracia. Entre os resultados, resumidos nos gráficos das páginas seguintes e numa síntese ao final deste relatório, é notável o fato de que, apesar do avanço das novas tecnologias, os jornais impressos continuam tendo um lugar muito relevante no processo de informação e de formação de opiniões dos deputados federais. Os jornais mantêm-se como espaço de debate, reflexões e análises que ajudam a construir a agenda do Congresso e a agenda do País.

Além disso, é notável o fato de que quase um terço dos deputados federais entrevistados tenha reconhecido que a mídia exerce uma grande



influência sobre suas decisões. Esse é um dado que merece reflexão de toda a sociedade e, em particular, da própria imprensa.

A margem de erro da pesquisa é de 4,7 pontos percentuais, num intervalo de confiança de 95%. Este relatório apresenta dados técnicos da pesquisa e uma descrição geral dos resultados. A eles não foi aplicada nenhuma ponderação que corrigisse características da amostra (gênero, partido, região), pois não foram encontradas diferenças significativas entre os resultados originais e os resultados ponderados.

Este trabalho foi realizado pelo Instituto FSB Pesquisa, empresa especializada em pesquisas de opinião, análise de mídia e métrica de resultados em comunicação.

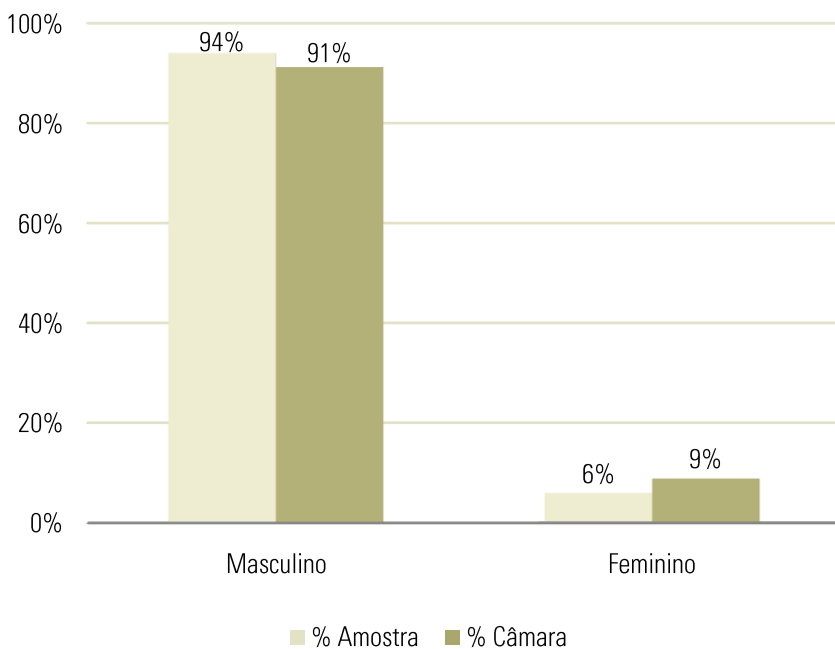
Boa Leitura!

# DADOS TÉCNICOS





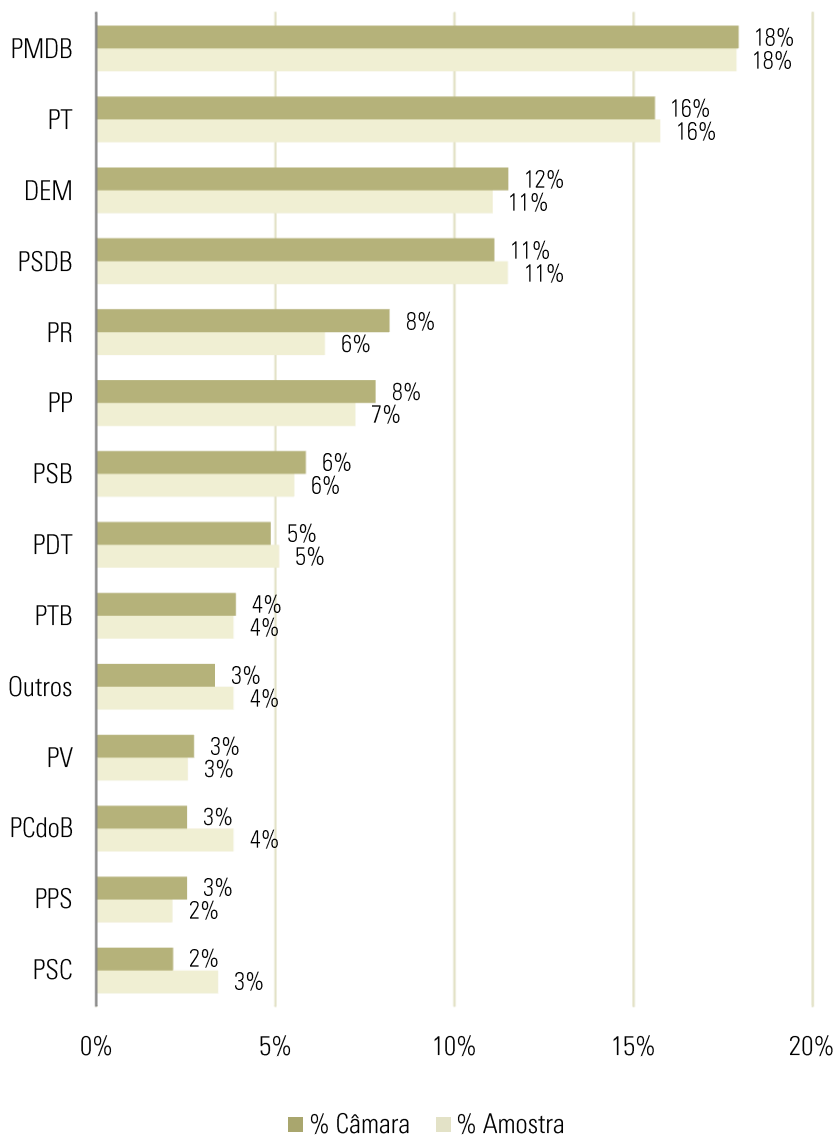
## 1.1 Distribuição dos entrevistados, por gênero



Gênero	Entrevistados (N)	%Amostra	Deputados (N)	%Câmara
Masculino	221	94%	468	91%
Feminino	14	6%	45	9%
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>513</b>	<b>100%</b>

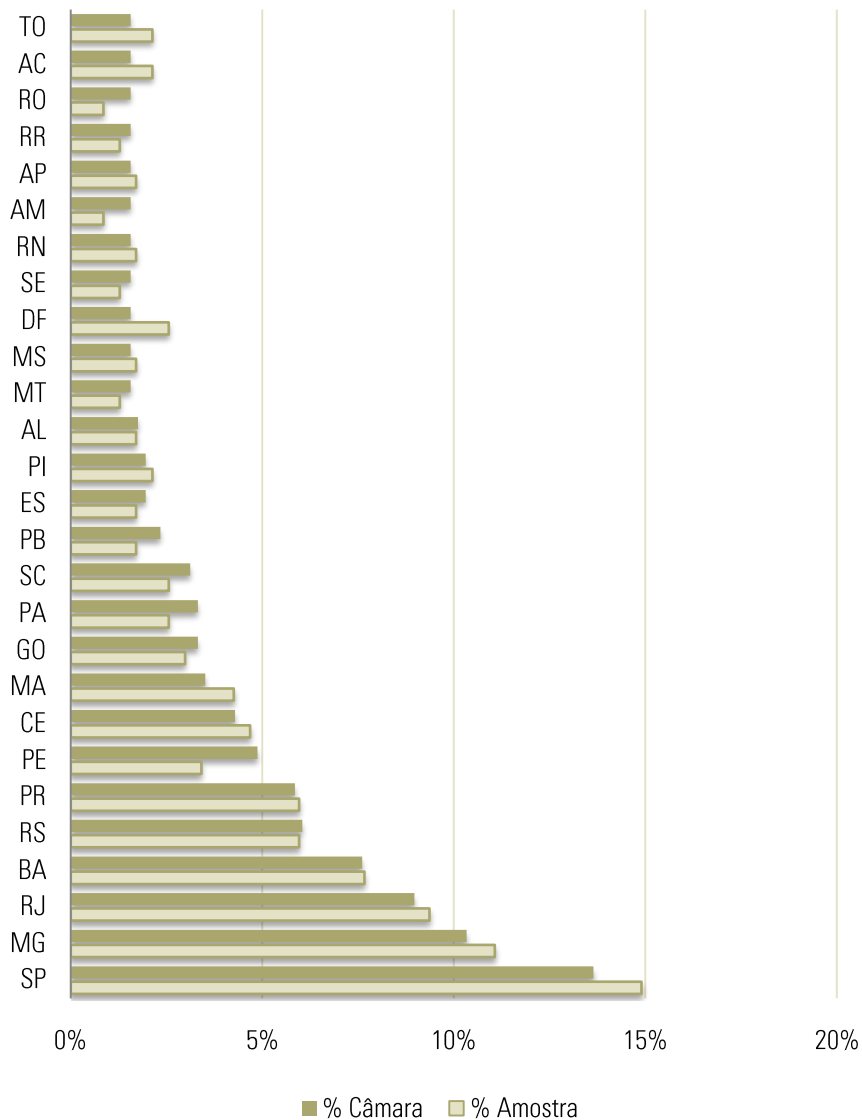


## 1.2 Distribuição dos entrevistados por partido



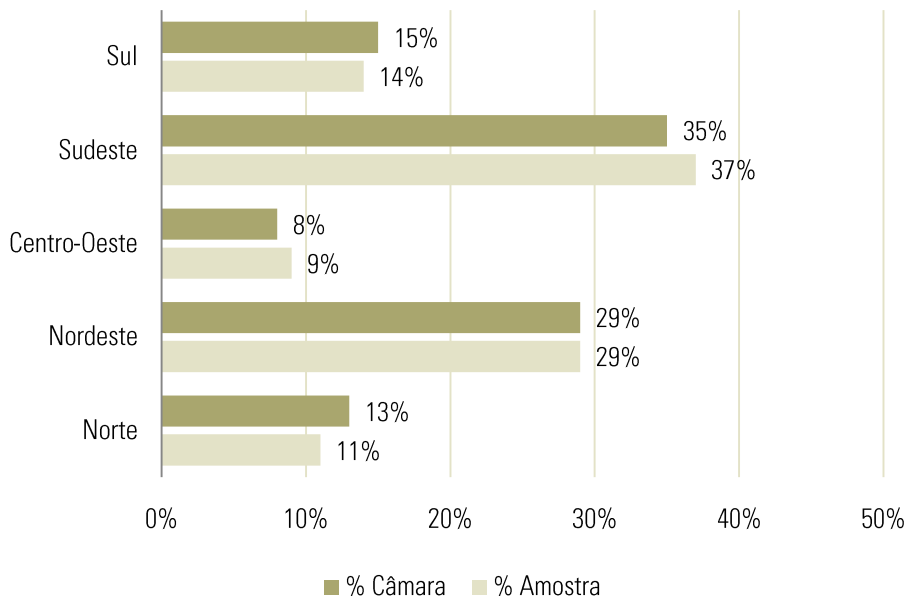


### 1.3 Distribuição dos entrevistados por Unidade da Federação





## 1.4 Distribuição dos entrevistados por Região



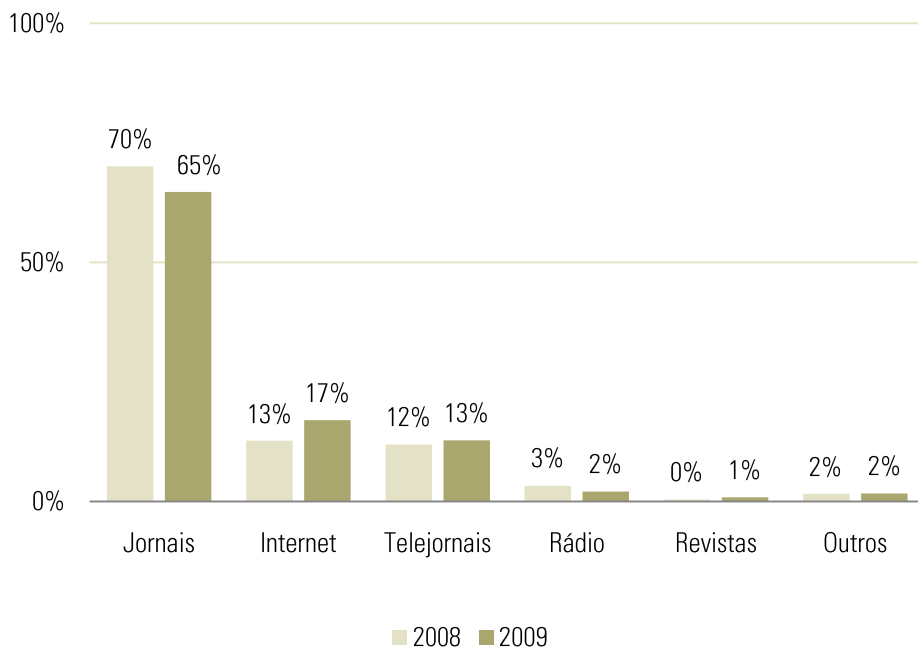
Região	Entrevistados (N)	% Amostra	Deputados (N)	% Câmara
Norte	27	11%	65	13%
Nordeste	67	29%	151	29%
Centro-Oeste	20	9%	41	8%
Sudeste	87	37%	179	35%
Sul	34	14%	77	15%
<b>Brasil</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>513</b>	<b>100%</b>

# HÁBITOS DE USO DA MÍDIA





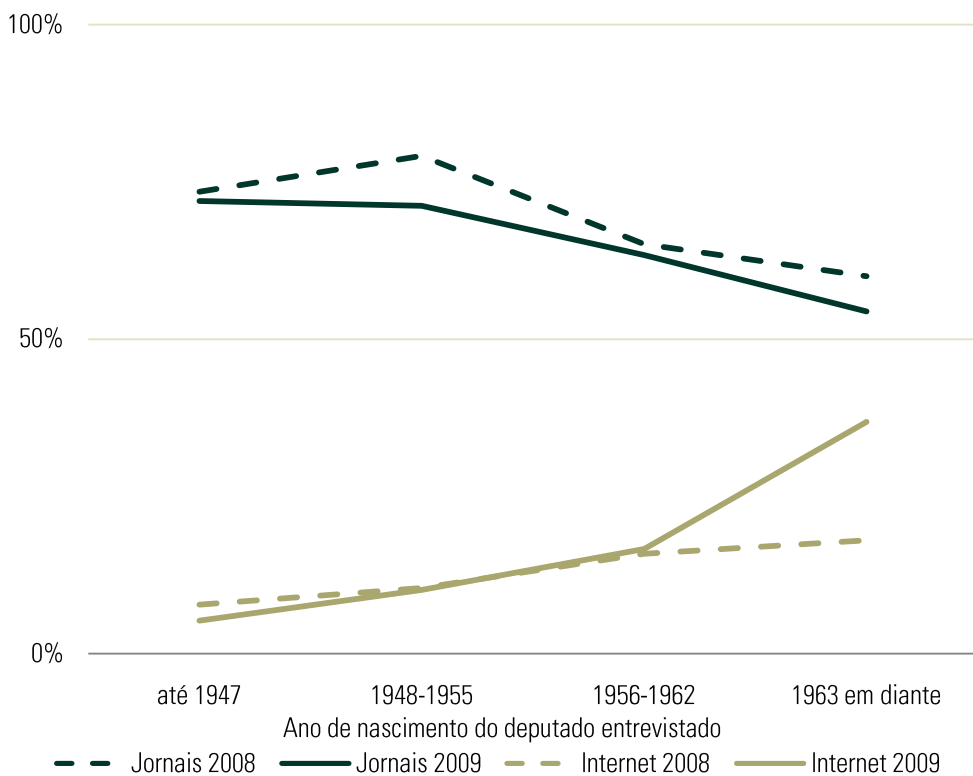
## 2.1 Qual é sua principal fonte de informação?



	Jornais	Internet	Telejornais	Rádio	Revistas	Outros	Total (%)	Total (N)
<b>2008 (%)</b>	70	13	12	3	0	2	100	244
<b>2009 (%)</b>	65	17	13	2	1	2	100	235
<b>Varição (pontos percentuais)</b>	-5	4	1	-1	1	0	-	-

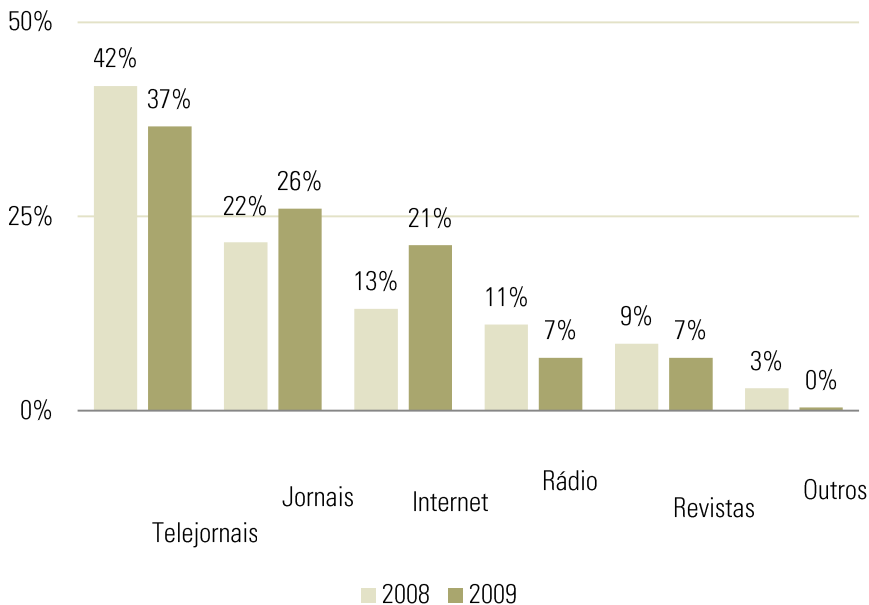


### 2.1.1 Crescimento da internet e queda dos jornais acentuam-se entre os mais jovens





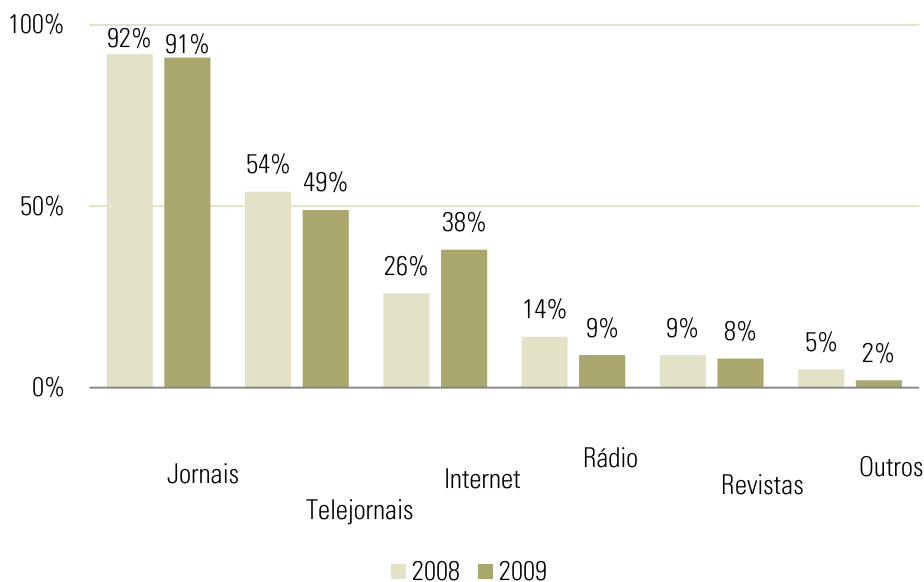
## 2.2 Qual a segunda principal fonte de informação?



	Telejornais	Jornais	Internet	Rádio	Revistas	Outros	Total (%)	Total (N)
<b>2008 (%)</b>	42	22	13	11	9	3	100	244
<b>2009 (%)</b>	37	26	21	7	7	0	100	235
<b>Variação (pontos percentuais)</b>	-5	4	8	-4	-2	-3	-	-



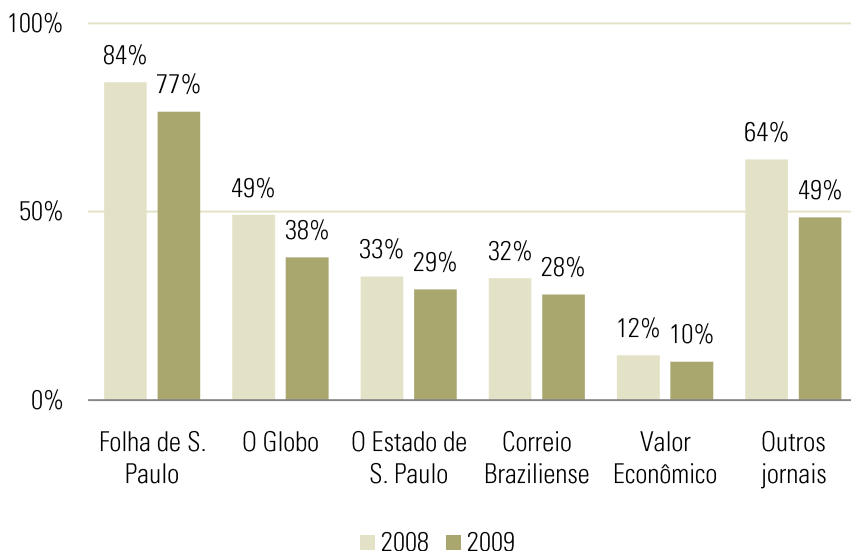
### 2.3 Os veículos mais usados (soma da 1ª e 2ª fontes de informação)



	Jornais	Telejornais	Internet	Rádio	Revistas	Outros	Total (%)	Total (N)
<b>2008 (%)</b>	92	54	26	14	9	5	200%	244
<b>2009 (%)</b>	91	49	38	9	8	2	200%	235
<b>Varição (pontos percentuais)</b>	-1	-5	12	-5	-1	-3	-	-



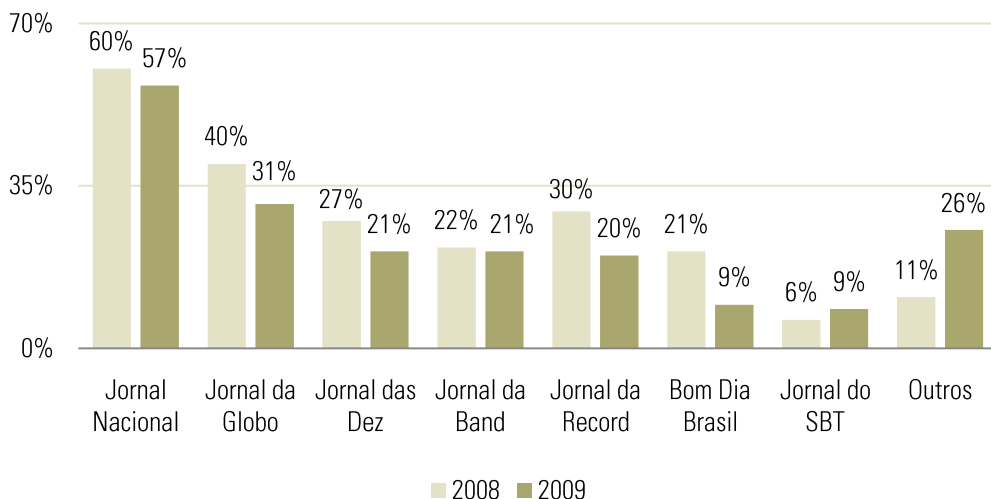
## 2.4 Quais são os jornais de sua preferência? (Até 3 opções)



	2008 (%)	2009 (%)	Varição (pontos percentuais)
Folha de S. Paulo	84%	77%	-8
O Globo	49%	38%	-11
O Estado de S. Paulo	33%	29%	-3
Correio Braziliense	32%	28%	-4
Valor Econômico	12%	10%	-2
Outros jornais	64%	49%	-15
<b>Total (%)</b>	<b>300%</b>	<b>300%</b>	-
<b>Total (N)</b>	<b>244</b>	<b>235</b>	-



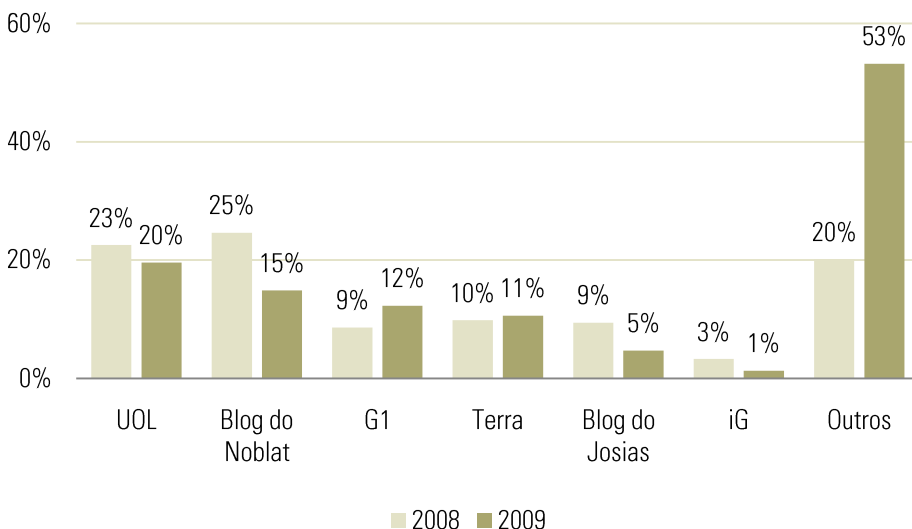
## 2.5 Quais são os telejornais de sua preferência? (Até 3 opções)



	2008 (%)	2009 (%)	Variação (pontos percentuais)
Jornal Nacional	60%	57%	-3
Jornal da Globo	40%	31%	-9
Jornal das Dez	27%	21%	-6
Jornal da Band	22%	21%	-1
Jornal da Record	30%	20%	-10
Bom Dia Brasil	21%	9%	-12
Jornal do SBT	6%	9%	3
Outros Telejornais	11%	26%	15
Não sabe / Não respondeu	83%	107%	24
<b>Total (%)</b>	<b>300%</b>	<b>300%</b>	-
<b>Total (N)</b>	<b>244</b>	<b>235</b>	-



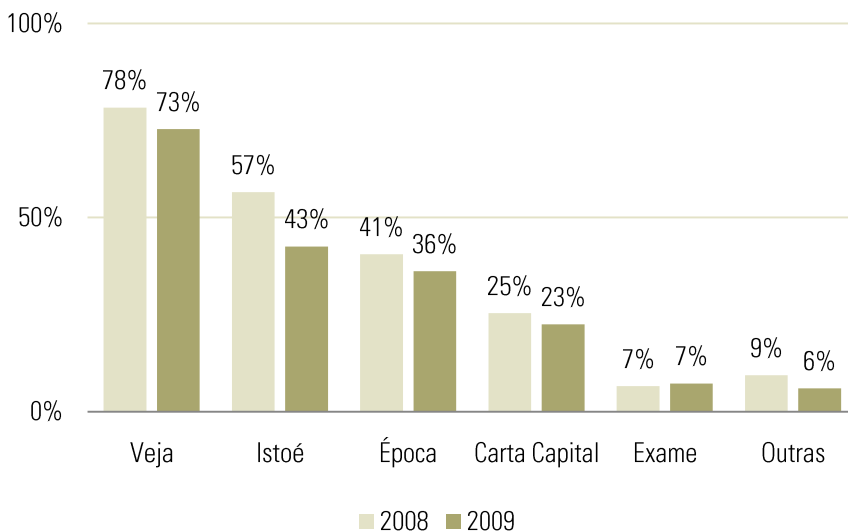
2.6 Quais são os sites e blogs de sua preferência? (Até 3 opções)



	2008 (%)	2009 (%)	Varição (pontos percentuais)
UOL	23%	20%	-3
Blog do Noblat	25%	15%	-10
G1	9%	12%	3
Terra	10%	11%	1
Blog do Josias	9%	5%	-4
iG	3%	1%	-2
Outros	20%	53%	33
Não sabe/Não respondeu	159%	178%	19
<b>Total (%)</b>	<b>300%</b>	<b>300%</b>	-
<b>Total (N)</b>	<b>244</b>	<b>235</b>	-



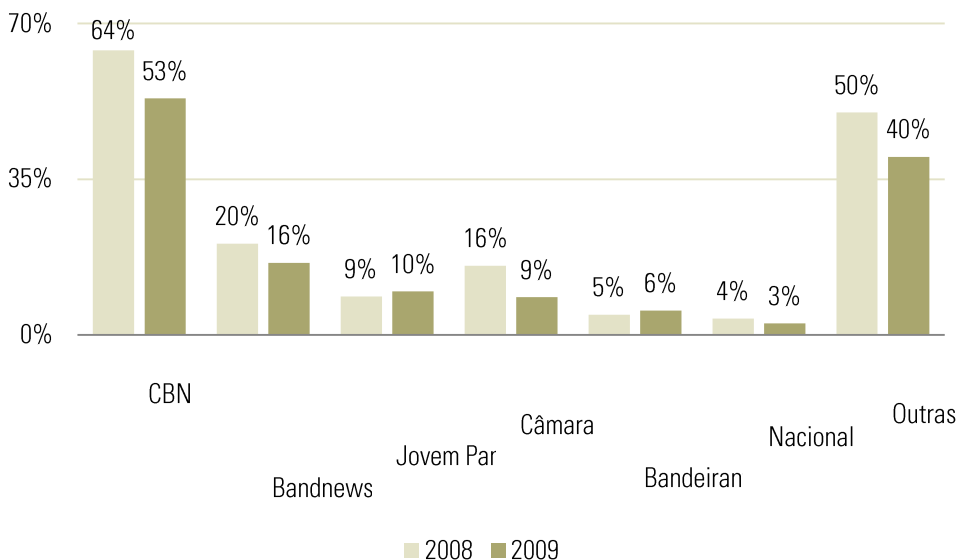
## 2.7 Quais são as revistas de sua preferência? (Até 3 opções)



	2008 (%)	2009 (%)	Varição (pontos percentuais)
Veja	78%	73%	-5
Istoé	57%	43%	-14
Época	41%	36%	-5
Carta Capital	25%	23%	-2
Exame	7%	7%	0
Outras	9%	6%	-3
Não sabe/Não respondeu	83%	113%	30
<b>Total (%)</b>	<b>300%</b>	<b>300%</b>	-
<b>Total (N)</b>	<b>244</b>	<b>235</b>	-



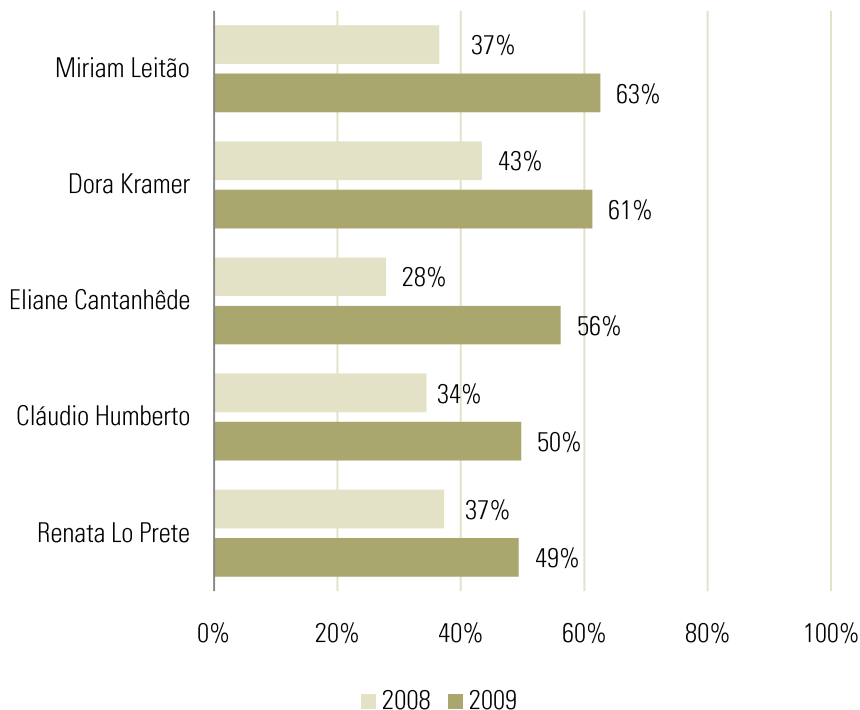
2.8 Quais são as rádios de sua preferência? (Até 3 opções)



	2008 (%)	2009 (%)	Varição (pontos percentuais)
CBN	64%	53%	-11
Bandnews FM	20%	16%	-4
Jovem Pan	9%	10%	1
Câmara	16%	9%	-7
Bandeirantes	5%	6%	1
Nacional	4%	3%	-1
Outras	50%	40%	-10
Não sabe/Não respondeu	133%	164%	31
<b>Total (%)</b>	<b>300%</b>	<b>300%</b>	-
<b>Total (N)</b>	<b>244</b>	<b>235</b>	-



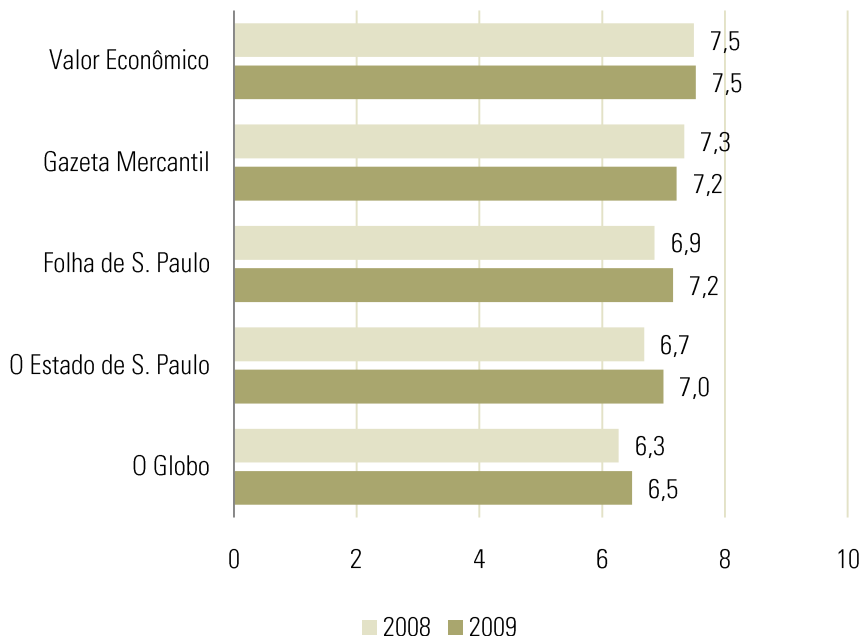
2.9 O(a) Sr.(Sra.) tem o hábito de ler o(a) colunista...? (Porcentagens de respostas "sim")



	2008 (%)	2009 (%)	Varição (pontos percentuais)
Miriam Leitão	37%	63%	26
Dora Kramer	43%	61%	18
Eliane Cantanhêde	28%	56%	28
Cláudio Humberto	34%	50%	16
Renata Lo Prete	37%	49%	12



2.10 - Na sua opinião, que credibilidade têm os seguintes jornais?  
(Utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa "nenhuma credibilidade" e 10 significa "total credibilidade")

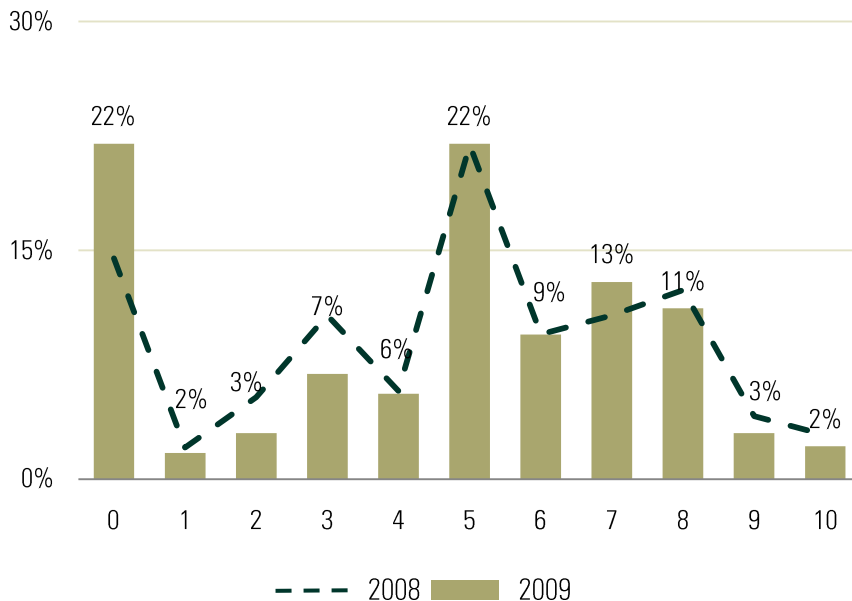


	2008	2009	Varição
Valor Econômico	7,5	7,5	0
Gazeta Mercantil	7,3	7,2	-0,1
Folha de S. Paulo	6,9	7,2	0,3
O Estado de S. Paulo	6,7	7,0	0,3
O Globo	6,3	6,5	0,2



2.11 - Qual é a importância da mídia nas suas decisões e votos?

(Utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa "nenhuma importância" e 10 significa "máxima importância")



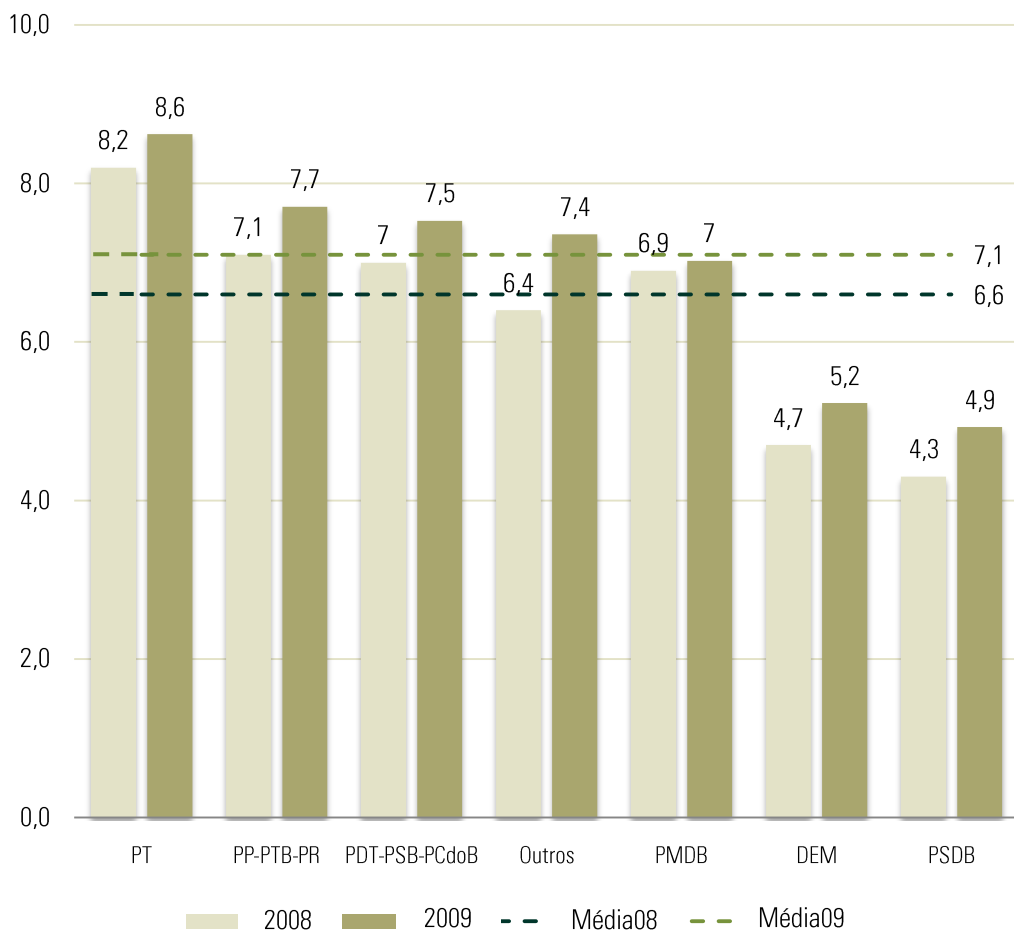
	2008	2009
Média	4,7	4,5
Desvio - Padrão	2,8	3,0
Total (N)	244	235

# AVALIAÇÃO GOVERNO LULA



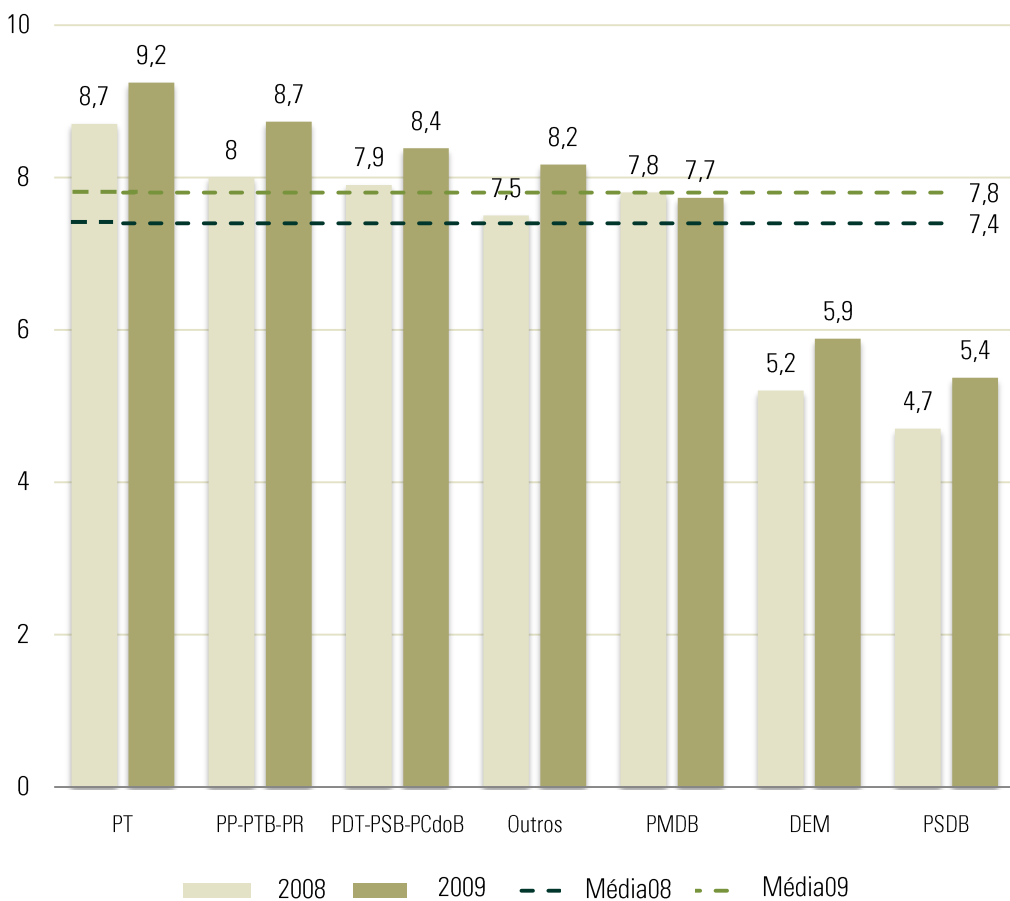


3.1 De zero a dez, que nota o(a) Sr.(Sra.) dá para o Governo do Presidente Lula?



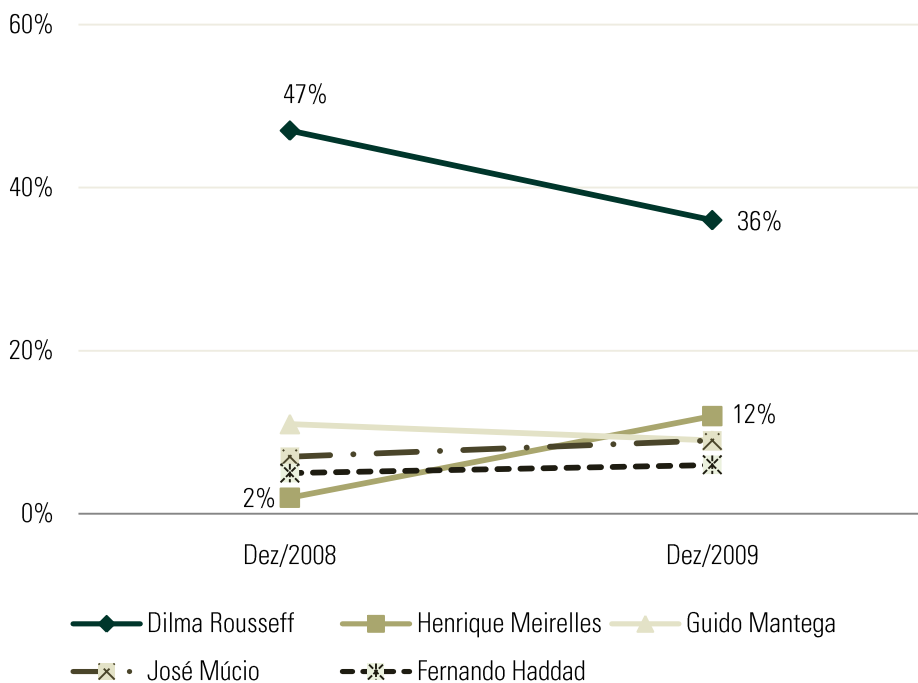


3.2 De zero a dez, que nota o(a) Sr.(Sra.) dá para a atuação pessoal do Presidente Lula?





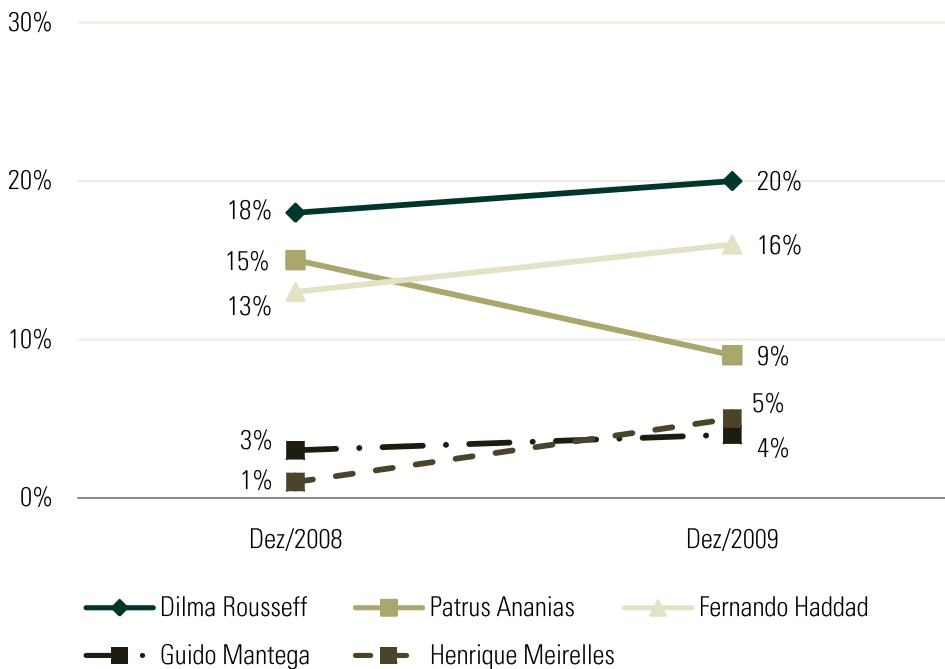
### 3.3 Qual é o(a) Ministro(a) mais importante do Governo, na sua opinião?



Ministro	2008	2009	Varição (em pontos percentuais)
Dilma Rousseff	47%	36%	-11
Henrique Meirelles	2%	12%	10
Guido Mantega	11%	9%	-2
José Múcio	7%	9%	2
Fernando Haddad	5%	6%	1



3.4 Qual é o(a) Ministro(a) com melhor imagem perante a opinião pública, na sua opinião?



Ministro	2008	2009	Varição (em pontos percentuais)
Dilma Rousseff	18%	20%	2
Patrus Ananias	15%	9%	-6
Fernando Haddad	13%	16%	3
Guido Mantega	3%	4%	1
Henrique Meirelles	1%	5%	4

# CONCLUSÕES





Os hábitos de consumo de notícias mapeados por esta pesquisa indicam que os deputados federais ainda se apoiam mais nos jornais do que na internet e em outros meios de comunicação ao se informarem.

Apesar da crescente difusão de sites e blogs observada nos últimos anos — com a consolidação de páginas eletrônicas de jornalistas prestigiados pela atuação na cobertura do campo político —, o jornalismo impresso aparece como a modalidade de imprensa mais consumida pelos parlamentares da amostra.

A credibilidade associada pelos parlamentares a veículos impressos pode ser apontada como fator importante para explicar a preferência por essa modalidade midiática. Na comparação dos dados de 2009 com os de 2008, permanecem praticamente inalterados os graus de credibilidade que os pesquisados associam aos cinco jornais avaliados por esse critério — Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo, Valor Econômico e Gazeta Mercantil. As notas dadas nesse quesito, numa escala de zero a dez, tiveram variação máxima de 0,3 ponto percentual entre uma pesquisa e a outra. Uma diferença desprezível.

A posição de prestígio usufruída por jornais tradicionais não se reproduz em outra modalidade impressa, a das revistas. Elas são superadas por jornais, internet, telejornais e rádio como principal fonte de informação. Observe-se, porém, que nenhuma dessas últimas modalidades deixa de ter conteúdo atualizado diariamente, ao contrário do que ocorre com as versões impressas das revistas (cujas atualizações ocorrem apenas em suas edições eletrônicas). Pesquisa recente nos Estados Unidos aponta dificuldades enfrentadas pelos semanários daquele país no tocante aos números de leitores e atribui o problema à periodicidade esparsa, em plena era da notícia em tempo real.

Nenhuma revista apresentou aumento significativo no grau de preferência que os deputados atribuem às principais publicações semanais.



Voltando à internet, a principal mudança registrada na comparação dos dados das duas pesquisas (2008 e 2009) é que a atenção a essa modalidade de mídia está menos concentrada.

No primeiro levantamento (2008), apenas 20% das respostas sobre sites e blogs da preferência do entrevistado não se referiam a um dos seis veículos mais citados (Blog do Noblat, Uol, Terra, Blog do Josias, G1 e iG). O percentual sobe para 53% na nova pesquisa, indicando que a atenção dos parlamentares volta-se a um número mais amplo de sites e blogs. Lembramos que cada deputado pôde apresentar até três opções de resposta nesse item da entrevista.

Os cinco colonistas de jornal mais mencionados como integrantes dos hábitos de leituras dos deputados registram índices sensivelmente melhores em 2009 na comparação com 2008. Os nomes desse grupo que obtiveram melhores evoluções nos seus índices são Eliane Cantanhêde (Folha de S. Paulo) e Miriam Leitão (O Globo): ambas tiveram mais de 26 pontos percentuais de acréscimo nas citações recebidas por deputados. Das duas jornalistas mencionadas, Miriam Leitão é a que apresenta maior grau de exposição, por ocupar espaços em jornal impresso, internet, rádio e telejornais de TV aberta e fechada, sempre em veículos líderes de mercado.

Quanto à influência que a mídia exerce nas decisões dos deputados, vimos que quase um terço dos pesquisados admite ser grande essa influência. Além disso, são notáveis as semelhanças nos números registrados por esse quesito na comparação das duas edições da pesquisa.

Ou seja, a persistência dos jornais impressos no topo da preferência dos deputados, a distribuição do interesse deles por uma variedade maior de sites e blogs e o aumento da atenção dirigida aos colonistas mais lidos configuram os principais resultados desta pesquisa, na comparação com os dados apurados em 2008.





**“Mídia e Política – Pesquisa sobre hábitos de informação dos Deputados Federais”**

Dezembro 2008 – Março 2009

**Coordenação da Pesquisa**

Wladimir Gramacho

**Análise e Redação**

Ricardo Mendes e Wladimir Gramacho

**Coordenação do Trabalho de Campo**

Rodrigo Ledo

**Equipe de Entrevistadores**

Caiã Messina, Carolina Oliveira, Juliana Fernandes, Paloma Carvalho, Raquel Alves,  
Rodrigo Ledo, Roseane Lima, Tina Vieira e Vanessa Sampaio

**Projeto Gráfico**

Marcelo Silva

**Coordenação Geral**

Instituto FSB Pesquisa

SHS Qd. 6 – cj A – Bloco E, Sala 713 - CEP 70322-915 – Brasília/DF

Tel.: (61) 3323.1072 – Fax: (61) 3323-2404

[institutosbpsquisa@fsb.com.br](mailto:institutosbpsquisa@fsb.com.br)





INSTITUTO  
**FSB PESQUISA**



**Rio de Janeiro**

R. Visconde de Pirajá, 547 - conj. 312  
Ipanema CEP 22410-900  
tel. 55 21 3206.5050 fax 55 21 3206.5053

**São Paulo**

Rua Pedroso Alvarenga, 900 - 4º andar  
Itaim Bibi CEP 04531-003  
tel. 55 11 3061.9596 fax 55 11 3086.0211

**Brasília**

SHS Quadra 6 Bloco E - conj. A sala 713  
Ed. Business Center Park CEP 70322-915  
tel. 55 61 3323.1072 fax 55 61 3323.2404

**Belo Horizonte**

Rua Fernandes Tourinho, 147 - conj. 1102  
Savassi CEP 30112-000  
tel. 55 31 3228.1000 fax 55 31 3228.1001