



Empresas são a única instituição considerada confiável, competente e ética pelos brasileiros, aponta o estudo global Edelman Trust Barometer 2021

Pesquisa revela ainda que o brasileiro está disposto a se imunizar: 76% dos entrevistados afirmam que tomariam a vacina este ano

SÃO PAULO, 11 DE MARÇO DE 2021 – A 21ª edição do estudo global **Edelman Trust Barometer** mostra que, das instituições pesquisadas, as Empresas são as mais confiáveis globalmente e no Brasil. No país, as Empresas (61%) estão à frente das ONGs (56%), da Mídia (48%) e do Governo (39%) e são as únicas consideradas confiáveis. As ONGs, que perderam três pontos em relação ao ano passado, encontram-se no patamar da neutralidade, enquanto Mídia, mesmo com aumento de 4 pontos, e Governo, com aumento de 2 pontos, seguem no nível da desconfiança. Além disso, as Empresas são as únicas consideradas competentes e éticas ao mesmo tempo pelos brasileiros.

“Nos últimos meses, o setor privado elevou sua credibilidade com a proatividade na luta contra a pandemia e com a descoberta de novos jeitos de trabalhar”, ressalta Ana Julião, gerente geral da Edelman Brasil. Lançada anualmente pela agência global de comunicação Edelman, a pesquisa ouviu mais de 33 mil entrevistados em 28 países (1.150 no Brasil), com trabalho de campo realizado entre 19 de outubro e 18 de novembro de 2020.

O estudo revela também que o “meu empregador” (79%) continua sendo mais confiável do que as quatro instituições. “As pessoas estão muito mais propensas a confiar no que lhes é familiar e local, caso do ‘meu empregador’ e do ‘CEO do meu empregador’, esse último com 66%”, diz Natalia Martinez, vice-presidente executiva da Edelman Brasil. “E, isso aumenta a responsabilidade e abre oportunidades para empresas e CEOs liderarem movimentos positivos de mudança”, completa. Nesse contexto, novas demandas surgem para eles: nove em cada dez brasileiros querem que esses executivos se pronunciem sobre questões relevantes para a sociedade, como o impacto da pandemia, a automação do trabalho e problemas sociais e 68% dos entrevistados no Brasil concordam que eles devem interceder quando o governo não resolve problemas sociais.

Medos e Vacinação – Ainda de acordo com a pesquisa, a pandemia contribuiu para o medo das pessoas, mas pegar Covid-19 (72%) não é a maior preocupação. Seguindo uma tendência global, uma porcentagem ainda maior está preocupada em perder o emprego (88%) e com a perda de liberdade civis (73%). Ainda assim, o receio de contrair o vírus é o principal motivo para que as pessoas não voltem ao trabalho. Para os 52% dos brasileiros que estão optando por trabalhar em casa, 72% estão fazendo isso pelo receio de contrair a doença no local ou no transporte público. E, talvez por razões como essa, o brasileiro só perde para o

indiano quando o assunto é querer se vacinar. Setenta e seis por cento dos entrevistados no país afirmam que se imunizariam em 2021, e destes, 48% pretendem fazer isso assim que for possível. Globalmente, esse último número cai para 33%.

Informação em Xequê – Nesse contexto, a infodemia que assola as sociedades surge como impulsionadora da desconfiança. No Brasil, menos de um terço das pessoas praticam “informação limpa”. De acordo com a pesquisa, para praticar informação limpa, é preciso atender a pelo menos três desses quatro critérios: consumir notícias de diferentes fontes, evitar as bolhas, checar informações e não compartilhar sem antes verificar.

Quando as pessoas não sabem no que acreditar, elas ficam em dúvida sobre em quem acreditar e isso impacta na confiança tanto das instituições quanto de seus líderes e porta-vozes. Não à toa a credibilidade nesses indivíduos tem diminuído no mundo e no Brasil. No país, não se confia que as autoridades de governo (27%, queda de 6 pontos), nas autoridades religiosas (36%, queda de 6 pontos), nos jornalistas (45%, queda de 6 pontos) e nos CEOs das empresas em geral (45%, queda de 11 pontos) possam fazer o que é certo.

A boa notícia é que, nesta era de desinformação, “expandir conhecimentos” sobre informações e mídia (68+) e sobre ciência (65+) se tornou mais importante para os brasileiros no último ano, só perdendo para “priorizar minha família e suas necessidades” (70+) na lista de preferências. Além disso, encontrar “formas de combater notícias falsas” cresceu 70 pontos em importância para o brasileiro só neste último ano.

Recomendações Finais – O Edelman Trust Barometer 2021 aponta que, para avançar na reconquista da confiança, é preciso considerar esses caminhos:

- 1) as empresas devem expandir suas funções, liderando mudanças em questões que vão além do seu negócio, como combate à infodemia e às mudanças climáticas.
- 2) Líderes precisam se munir de fatos e agir com empatia.
- 3) As instituições devem atuar para fornecer informações de qualidade, que sejam verdadeiras, imparciais e confiáveis.
- 4) É essencial que as quatro instituições não ajam sozinhas, mas encontrem um propósito comum e tomem medidas coletivas para solucionar os problemas da sociedade.

Outros destaques do Edelman Trust Barometer 2021 no Brasil incluem:

- Considerando o público total (público informado + população geral), o Brasil possui um índice de confiança (média de confiança nas quatro instituições pesquisadas – Governo, Empresas, Mídia e ONGs) de 51 pontos, numa escala de 0-100, o que representa neutralidade. Ou seja, os brasileiros não confiam, nem desconfiam, das instituições locais. O índice de 51 não oscilou no último ano.

- Ao analisarmos os índices de confiança do público informado (62) e da população em geral (47), nota-se a polarização, representada por 15 pontos de diferença, uma das maiores entre os 28 países pesquisados.
- A confiança diminuiu em quase todos os setores da economia. Apenas Saúde (54%) permaneceu estável. As maiores quedas registradas envolvem os setores Automotivo (65%, com 11 pontos a menos do que no ano passado), de Entretenimento (67%, com menos 11 pontos), Manufatura (54%, com menos 10 pontos) e Tecnologia (75%, também com menos 10 pontos, mas ainda o setor mais confiável de todos).
- As prioridades dos brasileiros mudaram com a pandemia. Ao serem questionados se certos problemas da sociedade se tornaram mais ou menos importantes desde o ano passado, melhorar o sistema de saúde ganhou 76 pontos em importância, ao lado de melhorar o sistema educacional (75+) e combater a pobreza (72+).
- No que diz respeito ao futuro do trabalho, 56% acreditam que a pandemia vai acelerar o ritmo com que as empresas substituem trabalhadores humanos por inteligência artificial e robôs.
- Organizações jornalísticas são vistas como parciais. 72% afirmam que a mídia não está indo bem em termos de objetividade e apartidarismo.
- Por outro lado, a mídia do empregador tem maior credibilidade. Para 66%, a “comunicação de meu empregador” é mais confiável do que comunicações oficiais do governo (57%) e de reportagens da mídia tradicional (54%).

Para acessar o estudo completo, clique [AQUI](#).

Mais informações à imprensa:

Claudia Jordão – claudia.jordao@edelman.com / 55 11 98102.9736

Isabela Galeote – isabela.galeote@edelman.com

Sobre o Edelman Trust Barometer

O Edelman Trust Barometer 2021 é a 21ª pesquisa anual de confiança e credibilidade da Edelman. O estudo foi desenvolvido pela empresa de pesquisa Edelman Data & Intelligence (Dxi) e consistiu em entrevistas online de 30 minutos realizadas entre 19 de outubro e 18 de novembro de 2020. A pesquisa online Edelman Trust Barometer 2021 teve uma amostra de mais de 33.000 entrevistados em 28 países: 1.150 respondentes da população em geral e 200 respondentes do público informado de cada um dos países, exceto China e Estados Unidos, que têm uma amostra de 500 respondentes do público informado cada, e Nigéria, que tem 100 respondentes do público informado. Todos os respondentes do público informado atenderam aos seguintes critérios: ter idade entre 25 e 64 anos; ter ensino superior; ter renda familiar no quartil superior para a idade em seu país; ler ou assistir a mídia de negócios / notícias pelo



menos várias vezes por semana e acompanhar questões de políticas públicas nas notícias pelo menos várias vezes por semana. Para mais informações, acesse: www.edelman.com.br/estudos

Sobre a Edelman Brasil

A Edelman é uma agência global de comunicação, parceira de empresas e organizações para construir, promover e proteger suas marcas e reputações. Nossos 6 mil profissionais, em mais de 60 escritórios, entregam estratégias de comunicação que dão a nossos clientes a licença para liderar, agir com convicção e conquistar a confiança duradoura de seus stakeholders. No Brasil, temos operações em São Paulo e no Rio de Janeiro. Para mais informações, acesse: www.edelman.com.br