

PROPOSTA DE PATROCÍNIO

PROGRAMA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA MÍDIA

A cobertura sobre sustentabilidade e a gestão das empresas jornalísticas no centro da nossa pauta

PROGRAMA

Desde sua fundação, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social acredita que os jornalistas são importantes agentes indutores do comportamento socialmente responsável das empresas. Por este motivo, criou em 2000 o **Prêmio Ethos de Jornalismo** e a **Rede Ethos de Jornalistas** para trabalhar, respectivamente, o reconhecimento de trabalhos produzidos sobre responsabilidade social empresarial (RSE) e a capacitação dos profissionais de imprensa sobre o tema.

Passados oito anos de trabalho, acreditamos que muitos resultados foram atingidos: a RSE entrou na pauta de importantes veículos de comunicação (em cadernos especiais, seções, colunas); se transformou na temática principal de programas de televisão, comentários em rádio e linha editorial de revistas e, mais recentemente, tornou-se critério fundamental para aprimorar a gestão das empresas de mídia. Um exemplo foi o lançamento, em 2008, dos *Indicadores Ethos-ANJ de responsabilidade social empresarial para o setor de jornais*.

A partir deste cenário, nossa visão é de que temos muitos motivos a comemorar e, ao mesmo tempo, enormes desafios pela frente. A profusão de notícias sobre RSE e sustentabilidade não vem acompanhada do aprofundamento necessário ao assunto. No que se refere à pauta, os próprios jornalistas nos apresentam os dilemas: transversalidade e visão sistêmica na cobertura destas temáticas; necessidade da crítica e capacitação. No que diz respeito à gestão, é preciso envolver diferentes níveis hierárquicos das empresas de comunicação e disseminar os Indicadores setoriais.

De maneira a atender estes desafios em 2009/2010 e de integrar as iniciativas voltadas ao público de jornalistas, apresentamos o **Programa Responsabilidade Social Empresarial na Mídia**, composto pelas seguintes estratégias:

1. Disseminação e aprofundamento de informações sobre RSE e Sustentabilidade (Rede Ethos de Jornalistas);
2. Estímulo e reconhecimento de trabalhos jornalísticos produzidos (Prêmio Ethos de Jornalismo);
3. Aplicabilidade de critérios de RSE e Sustentabilidade na gestão dos veículos de comunicação (Debates RSE na Mídia);
4. Fortalecimento da atuação da mídia nacional e latino-americana, formando parceiros que induzam o comportamento socialmente responsável das empresas.

1. Disseminação e aprofundamento de informações sobre RSE e Sustentabilidade (Rede Ethos de Jornalistas)

A Rede Ethos de Jornalistas foi criada em 2000 com o objetivo de mobilizar, informar e capacitar profissionais de veículos de comunicação nos temas da Responsabilidade Social Empresarial e da Sustentabilidade. Diversas atividades são realizadas para permitir o aprofundamento das discussões: área de conteúdo on-line, Debate RSE na Mídia na Conferência Internacional, reuniões e encontros com jornalistas etc.

Características e principais resultados obtidos:

- Participam da Rede mais de 1.500 jornalistas de todo o Brasil.
- O Comitê Consultivo reúne profissionais de grande credibilidade na área de comunicação e jornalismo: Clóvis Rossi e Carlos Eduardo Lins da Silva (Folha de S. Paulo/SP), Wilson Bueno (ECA USP/SP), Breno Machado (jornal O Popular/GO); Neide Duarte (TV Globo); Manuel Dutra (Unama/PA); Ana Márcia (UNICEF/CE) e Sérgio Mattos (Unibahia/BA); Maria José Hesseine (Instituto Primeiro Plano/SC) e Geraldinho Vieira (DF).
- A Rede mantém área de conteúdo on-line que aborda os principais temas relacionados à RSE e Sustentabilidade (contém entrevistas com organizações de fora do Brasil; entrevistas com jornalistas; artigos; informações sobre os projetos desenvolvidos pelo Ethos).
- São produzidas publicações que servem de subsídio a seminários e debates em todo o Brasil. A série, iniciada em 2002, contém títulos para auxiliar o jornalista na compreensão de temas relacionados à RSE: *Conceitos Básicos e Indicadores de RSE*; *O Balanço Social e a Comunicação da Empresa com a sociedade*; *Sustentabilidade em Mercados Emergentes*; *Objetivos de Desenvolvimento do Milênio*; *Empresas e Imprensa: Pauta de Responsabilidade e RSE na Mídia: Pauta e Gestão*.
- A Rede desenvolveu a primeira pesquisa sobre a cobertura da mídia do conceito de RSE. A pesquisa deu origem à publicação "Empresas e Imprensa: Pauta de Responsabilidade", fonte de consulta para jornalistas e trabalhos acadêmicos. A metodologia da pesquisa e o formato da publicação foram replicados em oito países ibero-americanos: Chile, Equador, Espanha, Bolívia, Paraguai, Peru, Portugal e Argentina.

2. Estímulo e reconhecimento de trabalhos jornalísticos produzidos (Prêmio Ethos de Jornalismo 2010)

O Prêmio Ethos de Jornalismo foi criado em 2000 com o objetivo de estimular e reconhecer matérias jornalísticas produzidas sobre o tema da RSE e da sustentabilidade. As matérias - pertencentes à mídia impressa (revista e jornal); mídia eletrônica (rádio e televisão) e mídia digital (internet) - devem atender a critérios técnicos e temáticos, de maneira a induzir as empresas a incorporar a responsabilidade social na gestão.

Características e principais resultados obtidos:

- Está em sua nona edição e é considerado um dos principais prêmios de jornalismo do país.

- Os inscritos no Prêmio são alguns dos jornalistas de maior importância e credibilidade na cobertura da sustentabilidade: André Trigueiro (*Globo News*); Neide Duarte (TV Globo); Cynthia Rosenburg (*Época Negócios*); Adalberto Marcondes (*Envolverde*); Andréa Vialli (O Estado de S. Paulo); Célia Roseblum (*Valor Econômico*) e Cláudia Gaigher (TV Morena) etc.
- Em 2008, promoveu uma edição especial sobre “conjunto da obra” em sustentabilidade; em 2007 inovou ao lançar como temática a cobertura da sustentabilidade na gestão dos negócios e em 2006 realizou uma edição especial para as iniciativas editoriais que abordam, sistematicamente e de maneira aprofundada, o tema da responsabilidade social empresarial.
- Duas categorias especiais foram trabalhadas ao longo das edições: Prêmio Destaque Regional e Prêmio para Rádios Comunitárias legalizadas;
- Já participaram do Prêmio, como mestres de cerimônia: Chico Pinheiro (TV Globo); Glória Maria (TV Globo), Paulo Markun (TV Cultura), Flávia Oliveira (Jornal O Globo) etc.
- Mais de 2.700 trabalhos foram inscritos (entre reportagens e iniciativas editoriais) nas oito edições do Prêmio.

3. Aplicabilidade de critérios de RSE e Sustentabilidade na gestão dos veículos de comunicação (Eventos sobre RSE na Mídia)

Desde 2006, promovemos debates na Conferência Internacional e fora de São Paulo para discutir como o tema da responsabilidade social empresarial pode ser trabalhado na pauta jornalística e na gestão das empresas de comunicação.

Características e principais resultados obtidos:

- Em 2008, lançamos em parceria com a Associação Nacional de Jornais (ANJ) os *Indicadores Ethos-ANJ de responsabilidade social empresarial para o setor de jornais*.
- Em 2008, durante a Conferência Internacional do Instituto Ethos estiveram presentes: Júlio Moreno (TV Cultura), Ingrid Bejerman (Universidade de Concórdia Canadá), Paulo Nassar (Aberje), Pollyana Ferrari (PUC SP) e Ignacio Ramonet (*Le Monde Diplomatique*).
- Em 2007 e 2008, três debates regionais foram promovidos. Um na Bahia, um em Florianópolis e outro em Goiânia. Estiveram presentes representantes dos seguintes veículos: jornal A Tarde, TV Bahia, TV O Povo, Jornal do Comércio, Gazeta do Povo, RBS, Ric Record, Revista Amanhã, Organização Jaime Câmara, Diário da Manhã, A Crítica, TV Morena e Correio Braziliense.
- Em 2007, foram três debates: o primeiro sobre “Pauta de Sustentabilidade” com a participação de: Nelson Niero (*Valor Econômico*), Luiz Egypto (Observatório da Imprensa), Oswaldo Buarim (Correio Braziliense) e Orivaldo Perin (O Globo). O segundo sobre “Gestão Sustentável das empresas de comunicação” com as presenças de: José Augusto Camargo (Sindicato dos Jornalistas de SP), Marcelo Beraba (Folha de S. Paulo), Regina Augusto (Meio&Mensagem) e Caco de Paula (Editora Abril). E o terceiro e último com as participações dos diretores das empresas de comunicação: Albert Alcoulombre (Organizações Globo), Antonio Manuel (Folha de S. Paulo), Caco de Paula (Editora Abril) e Ricardo Gandour (O Estado de S. Paulo).
- Em 2006, participaram do Debate: Célia Roseblum (*Valor Econômico*); Heródoto Barbeiro (Rádio CBN); Miriam Leitão (*Globo News*) e Cláudia Vassallo (*Revista Exame*).

4. Fortalecimento da atuação da mídia nacional e latino-americana, formando parceiros que induzam o comportamento socialmente responsável das empresas

Os projetos Prêmio Ethos de Jornalismo e Rede Ethos de Jornalistas foram reconhecidos internacionalmente e selecionados para integrar o *Programa Latino-Americano de RSE (PLARSE)*, iniciativa do Instituto Ethos, da Fundação Avina, da Icco e do Fórum-Empresa para promover o fortalecimento da RSE em países da América Latina .

Características e principais resultados obtidos:

- O Plarse está em fase de desenvolvimento, mas a proposta inclui desenvolver, utilizando a metodologia brasileira, redes de jornalistas e prêmios de jornalismo em sete países da América Latina: Bolívia (Coborse), Brasil (Ethos), Colômbia (CCRE), Equador (Ceres), Paraguai (Adec), Peru (Perú2021) e Nicarágua (Unirse).

PROPOSTA DE PATROCÍNIO PROGRAMA RSE NA MÍDIA 2010

Vigência do Programa: janeiro a dezembro/2010

Valor da cota: R\$ 65.000,00 (Sessenta e Cinco mil Reais)

Quantidade de cotas: 5 (cinco)

Atividades Previstas:

- Área de conteúdo on-line sobre RSE e sustentabilidade para jornalistas
- Debate RSE na Mídia na Conferência Internacional do Instituto Ethos
- Dois Debates RSE na Mídia em outras regiões do Brasil
- Realização da 9ª edição do Prêmio Ethos de Jornalismo (Regulamento, Sistema de inscrição, Sistema de julgamento e Seminário de premiação)
- Elaboração de peças de comunicação: press releases, banners eletrônicos e convites eletrônicos sobre o Programa

Contrapartidas ao patrocinador:

- **Página On-line:** Inserção da logo da empresa na área de conteúdo on-line para jornalistas
- **Debate RSE na Mídia na Conferência Internacional 2010:** Inserção da logo da empresa nos materiais produzidos para o Debate RSE na Mídia
- **Debates RSE na Mídia fora de São Paulo:** Inserção e/ou divulgação da logo da empresa em materiais produzidos para os eventos com jornalistas
- **Regulamento:** Inserção da logo da empresa em regulamento on-line, a ser produzido para a 9ª edição do Prêmio Ethos de Jornalismo
- **Sistema de inscrição:** Inserção da logo da empresa no sistema de inscrição da 9ª edição do Prêmio Ethos de Jornalismo
- **Sistema de julgamento:** Inserção da logo da empresa no sistema de julgamento da 9ª edição do Prêmio Ethos de Jornalismo

- **Seminário de premiação:** Inserção da logo da empresa em todo material produzido para a realização do seminário especial de capacitação voltado ao público mídia;
- **Divulgação:** Menção a logo da empresa em todos os convites, banners e press releases distribuídos à imprensa.

Caso tenha interesse em patrocinar este projeto, por favor entre em contato conosco. Estamos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Patrícia Ferreira Saito
Coordenadora do Programa RSE na Mídia
Instituto Ethos
psaito@ethos.org.br
11-3897-2415

Gládis Éboli
Gerente de Comunicação e Mobilização
Instituto Ethos
gladis@ethos.org.br
11-3897-5709

Equipe de Relacionamento com Empresas

Maria Cristina Bumachar: cbumachar@ethos.org.br - Tel: (11) 3897- 2425

Lidia Rapuano Mandure: lmandure@ethos.org.br - Tel: (11)3897-2421