



**Pesquisa de avaliação
sobre o consumo de informação
na Baixada Santista**

Metodologia

Técnica:

Levantamento estatístico de dados, de campo, do tipo não probabilístico por cotas.

Abrangência:

Região da Baixada Santista, municípios de Santos, São Vicente, Cubatão, Praia Grande e Guarujá.

Período de aplicação:

Dias 26, 27 e 28 de maio de 2025.

Público alvo:

Moradores dos municípios de Santos, São Vicente, Cubatão, Praia Grande e Guarujá, com 16 anos ou mais.

Amostragem:

O levantamento é do tipo não probabilístico, por cotas. A seleção e abordagem dos entrevistados se deu de forma presencial, em diferentes pontos de fluxo das cinco cidades, definidos no plano amostral, com proporções - em relação ao universo (soma do eleitorado dos cinco municípios - TSE/ABR 2025) - para região de moradia, sexo e faixa etária e aproximações para escolaridade e renda familiar, aplicando-se fator de ponderação ao final, sobre os resultados.

Tamanho da amostra:

2.120 entrevistas.

Instrumento de coleta de dados:

Aplicação do tipo entrevista. Questionário estruturado, com 16 questões no total, todas fechadas e elaboradas a fim de responder ao problema de pesquisa.

Equipe de entrevistadores:

Composta por 6 entrevistadores e um supervisor de campo, devidamente treinada e capacitada para a aplicação da pesquisa de opinião.

Tipo de dispositivo:

Captação e preenchimento das respostas em dispositivos eletrônicos do tipo tablet (Samsung T295), com armazenagem em servidor próprio da Badra Comunicação, assim como a plataforma de lançamento e tabulação eletrônica das respostas.

Metodologia

Margem de erro e Intervalo de confiança:

Dois e meio pontos percentuais para mais ou para menos, sobre os resultados encontrados no total da amostra. Intervalo de confiança de 95%, ou seja, a probabilidade de se encontrar os mesmos resultados com a aplicação de uma outra pesquisa aplicada com os mesmos quantitativos sob as mesmas condições é de 95%.

Checagem e controle:

15% do total de questionários aplicados passam por processo de verificação e checagem, com telefonema ao entrevistado e registro do áudio. 100% dos questionários aplicados têm sua posição geográfica registrada.

Estatístico responsável:

Marcos Rogério Simonetti - CONRE nº 10.744/SP.

Registro no CONRE:

A Badra Comunicação está registrada no Conselho Regional de Estatística da 3ª Região, São Paulo, sob o número J3238.

Perfil dos entrevistados

GÊNERO	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Feminino	53,7%	100,0%	0,0%	50,8%	52,4%	53,3%	57,7%	54,5%	50,5%	57,1%	53,2%	54,9%	40,0%	50,8%	59,0%	50,1%
Masculino	46,3%	0,0%	100,0%	49,2%	47,6%	46,7%	42,3%	45,5%	49,5%	42,9%	46,8%	45,1%	60,0%	49,2%	41,0%	49,9%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

FAIXA ETÁRIA	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
16 a 24	12,1%	11,4%	12,8%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,6%	6,1%	5,1%	13,3%	12,6%	6,7%	11,3%	11,6%	13,4%
25 a 44	38,9%	38,0%	39,9%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	39,3%	37,3%	13,6%	44,0%	39,3%	34,4%	30,6%	44,2%	40,6%
45 a 59	25,8%	25,7%	26,1%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	25,2%	28,3%	15,3%	28,1%	25,5%	30,0%	29,4%	26,9%	21,2%
60 ou +	23,2%	25,0%	21,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	21,9%	28,3%	66,1%	14,6%	22,7%	28,9%	28,7%	17,3%	24,8%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

ESCOLARIDADE	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Analfabeto	0,3%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,4%	0,0%	1,1%	0,1%	0,3%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%
Fundamental	12,9%	12,3%	13,6%	14,1%	7,0%	13,9%	21,1%	16,2%	0,0%	27,1%	10,1%	13,9%	2,2%	14,7%	12,6%	11,6%
Médio	66,8%	68,5%	64,8%	75,8%	73,8%	64,2%	53,3%	83,5%	0,0%	53,1%	69,5%	68,2%	51,1%	68,2%	72,9%	58,2%
Superior	18,4%	17,4%	19,6%	10,2%	18,0%	19,0%	22,8%	0,0%	92,0%	17,5%	18,6%	16,7%	36,7%	15,0%	14,1%	26,9%
Pós-graduado	1,6%	1,4%	1,8%	0,0%	1,2%	2,9%	1,6%	0,0%	8,0%	1,1%	1,7%	0,8%	10,0%	1,2%	0,5%	3,3%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

RENDA	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Até R\$ 3 mil	58,7%	65,4%	50,9%	82,0%	58,0%	53,3%	53,7%	68,4%	19,8%	64,4%	57,5%	64,1%	0,0%	53,2%	67,8%	53,1%
+ de R\$ 3 a 7,5 mil	32,8%	28,3%	38,1%	13,3%	34,5%	36,9%	35,8%	25,9%	60,4%	28,2%	33,7%	35,9%	0,0%	33,0%	26,4%	40,3%
+ de R\$ 7,5 mil a 15 mil	6,6%	5,3%	8,1%	3,9%	6,6%	6,2%	8,5%	4,8%	13,7%	6,2%	6,7%	0,0%	77,8%	11,6%	4,3%	4,5%
+ de R\$ 15 mil	1,9%	1,1%	2,9%	0,8%	1,0%	3,6%	2,0%	0,8%	6,1%	1,1%	2,1%	0,0%	22,2%	2,1%	1,5%	2,1%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

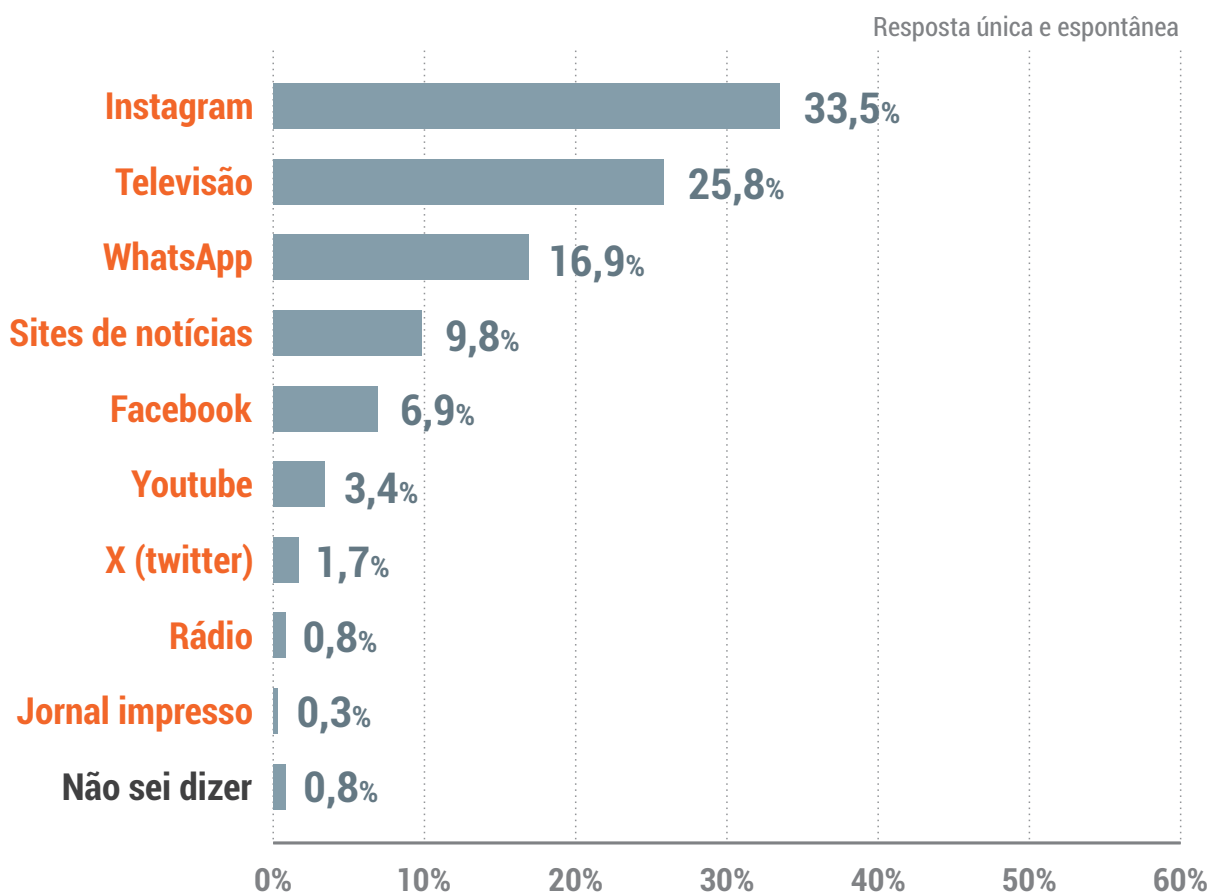
RELIGIÃO	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Evangélica	37,5%	41,3%	33,2%	35,9%	42,7%	39,1%	28,0%	40,1%	27,4%	23,7%	40,2%	38,7%	25,6%	0,0%	100,0%	0,0%
Católica	30,8%	29,2%	32,8%	28,9%	24,3%	35,0%	38,2%	32,3%	25,0%	45,8%	28,0%	29,1%	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Outras	16,7%	14,2%	19,6%	25,8%	18,0%	12,8%	14,2%	16,5%	17,5%	16,9%	16,7%	17,4%	8,9%	0,0%	0,0%	52,8%
Espírita	7,4%	8,4%	6,1%	2,3%	6,6%	7,3%	11,4%	4,2%	19,8%	6,8%	7,3%	6,8%	13,3%	0,0%	0,0%	23,3%
Umbanda / Candomblé	3,1%	2,3%	4,1%	2,3%	3,2%	2,6%	4,1%	2,9%	3,8%	2,8%	3,2%	3,3%	1,1%	0,0%	0,0%	9,9%
Sem religião	2,8%	3,3%	2,2%	1,6%	3,2%	2,6%	3,3%	2,1%	5,7%	2,8%	2,8%	3,0%	1,1%	0,0%	0,0%	9,0%
Não declarou	1,6%	1,2%	2,0%	3,1%	2,2%	0,7%	0,8%	1,8%	0,9%	1,1%	1,7%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

OCUPAÇÃO	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
População ocupada	82,8%	82,1%	83,7%	91,4%	93,7%	90,1%	52,0%	82,5%	84,0%	100,0%	0,0%	82,6%	85,6%	75,2%	88,7%	83,3%
População não ocupada	16,7%	17,8%	15,5%	7,0%	5,8%	9,9%	47,6%	17,0%	15,6%	0,0%	100,0%	16,9%	14,4%	24,8%	10,6%	16,1%
Recusa	0,5%	0,2%	0,8%	1,6%	0,5%	0,0%	0,4%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,8%	0,6%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	1756	354	1940	180	654	796	670

Consumo de informação

P01.

Qual o principal canal/meio de comunicação que você utiliza para se manter informado?



Na Baixada Santista, **72,4%** dos entrevistados disseram que **se informam online**, o que inclui as mídias digitais. São pelo menos 7 em cada 10. De certo modo, a identificação desse comportamento pela pesquisa já era esperado. A questão é que os números sobre os diferentes meios pelos quais as pessoas se informam confirmam um cenário que não é novo e diz respeito ao impresso. Menos de 1% das pessoas recorre a esse meio para se manter informada. Há pouco mais de uma década o impresso era a resposta de pelo menos 50% dos entrevistados.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Consumo de informação

P01.

Qual o principal canal/meio de comunicação que você utiliza para se manter informado?

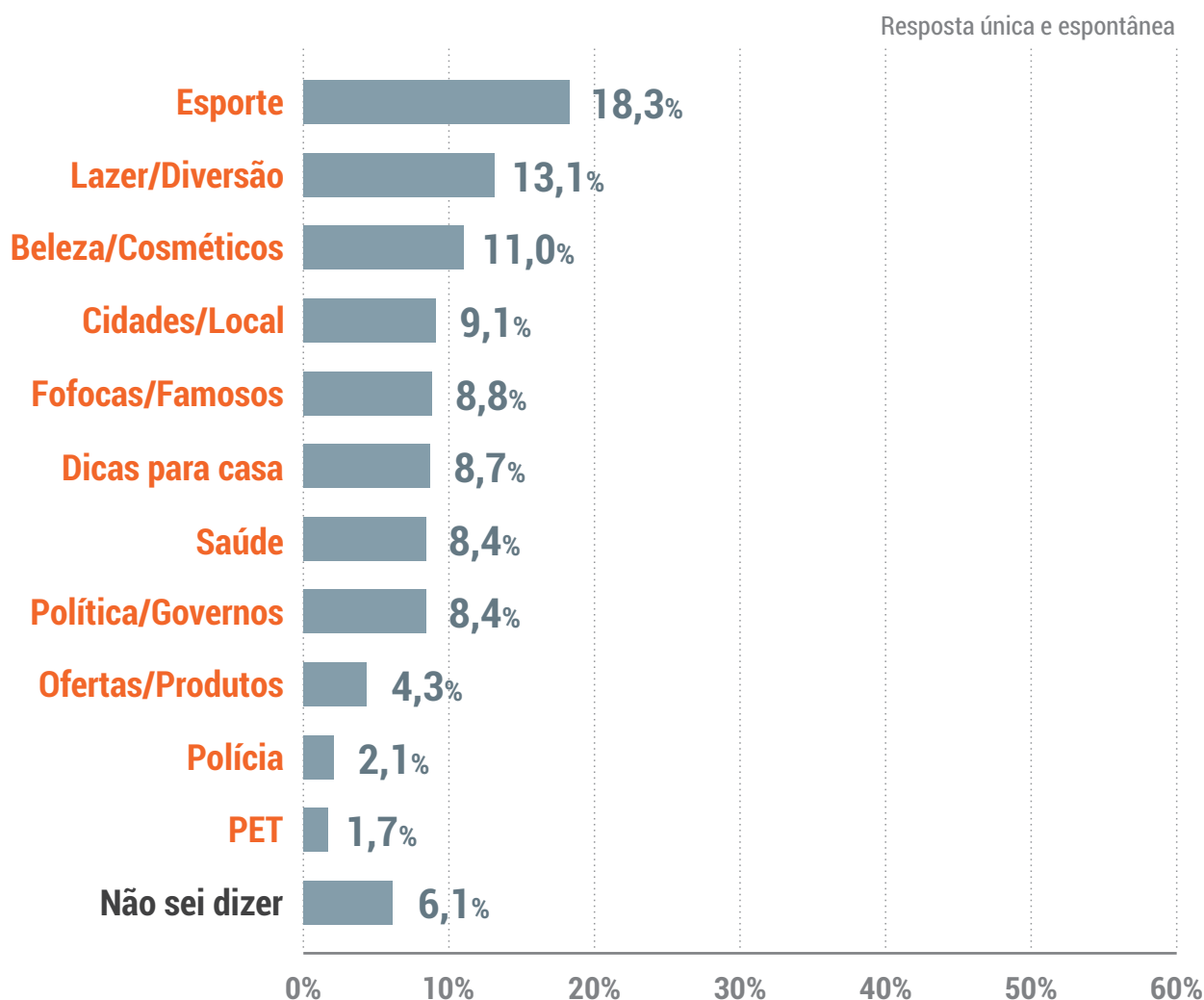
1. Principal meio de comunicação para se manter informado	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Instagram	33,5%	38,0%	28,3%	68,0%	41,0%	23,7%	13,8%	34,8%	28,3%	18,1%	36,7%	34,1%	26,7%	26,9%	37,4%	35,2%
Televisão	25,8%	26,2%	25,5%	5,5%	16,5%	27,4%	50,4%	26,1%	25,0%	48,0%	21,4%	26,7%	16,7%	34,3%	22,9%	21,2%
WhatsApp	16,9%	16,2%	17,7%	13,3%	18,0%	19,0%	14,6%	17,7%	13,7%	16,9%	16,7%	16,4%	22,2%	19,6%	16,8%	14,3%
Sites de notícias (G1, Uol, ...)	9,8%	8,1%	11,8%	2,3%	9,2%	13,9%	10,2%	8,0%	17,0%	6,2%	10,5%	9,1%	17,8%	9,5%	6,8%	13,7%
Facebook	6,9%	7,2%	6,5%	6,3%	9,0%	6,9%	3,7%	7,7%	3,8%	2,8%	7,7%	6,8%	7,8%	6,4%	8,3%	5,7%
Youtube	3,4%	2,1%	4,9%	1,6%	2,9%	5,5%	2,8%	3,1%	4,7%	2,3%	3,6%	3,3%	4,4%	1,5%	5,0%	3,3%
Twitter	1,7%	1,4%	2,0%	2,3%	2,4%	1,5%	0,4%	0,8%	5,2%	0,6%	1,9%	1,5%	3,3%	0,9%	1,3%	3,0%
Rádio	0,8%	0,2%	1,6%	0,0%	0,2%	1,1%	2,0%	0,9%	0,5%	2,3%	0,6%	0,9%	0,0%	0,3%	0,8%	1,5%
Jornal impresso	0,3%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,7%	0,4%	0,1%	0,9%	0,6%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
Não sei dizer	0,8%	0,5%	1,2%	0,8%	0,7%	0,4%	1,6%	0,8%	0,9%	2,3%	0,6%	0,8%	1,1%	0,6%	0,8%	1,2%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Consumo de informação

P02.

Qual o tipo de conteúdo você mais gosta de receber, ler ou acessar?



A pesquisa Badra revela que os principais conteúdos consumidos hoje estão relacionados às áreas do esporte e do entretenimento, ou seja, editoriais no passado importantes como política, polícia e cidades perderam espaço para temas mais "leves". Mas não é só isso: a verdade é que o **público** tem se mostrado mais **disposto a prestar atenção em celebridades e influenciadores do que em jornalistas**, mesmo quando o assunto se relaciona diretamente com jornalismo de "conteúdo".

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Consumo de informação

P02.

Qual o tipo de conteúdo você mais gosta de receber, ler ou acessar?

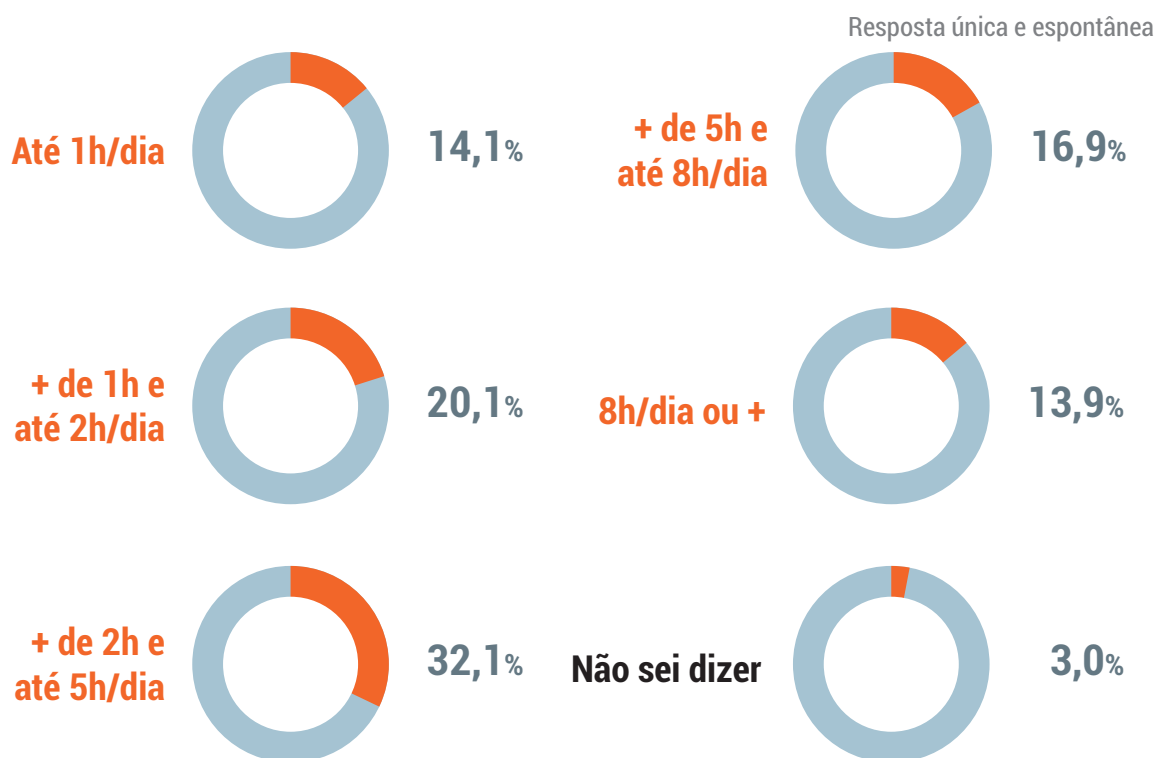
2. Conteúdo preferido	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Esporte	18,3%	1,8%	37,5%	28,9%	18,2%	15,7%	15,9%	18,2%	18,9%	17,5%	18,2%	17,3%	28,9%	22,9%	12,6%	20,6%
Lazer e diversão	13,1%	13,5%	12,6%	17,2%	15,8%	12,8%	6,9%	13,3%	12,3%	11,9%	13,4%	13,2%	12,2%	9,5%	13,8%	15,8%
Beleza e cosméticos	11,0%	19,0%	1,8%	19,5%	13,6%	8,4%	5,3%	12,5%	5,2%	8,5%	11,6%	11,6%	4,4%	8,9%	14,6%	9,0%
Cidades e local	9,1%	9,8%	8,1%	0,8%	9,2%	11,3%	10,6%	8,1%	12,7%	13,0%	8,3%	9,1%	8,9%	10,1%	8,0%	9,3%
Fofoca e famosos	8,8%	12,3%	4,7%	11,7%	9,2%	6,9%	8,5%	9,8%	4,7%	7,9%	9,0%	8,6%	11,1%	13,8%	5,5%	7,8%
Coisas pra casa	8,7%	14,4%	2,0%	5,5%	5,6%	10,2%	13,8%	8,7%	8,5%	11,9%	8,1%	8,8%	7,8%	9,8%	9,5%	6,6%
Saúde	8,4%	8,8%	7,9%	3,9%	9,5%	6,9%	10,6%	8,3%	9,0%	5,6%	8,9%	8,9%	3,3%	3,4%	12,8%	8,1%
Política e governos	8,4%	4,4%	13,0%	1,6%	5,3%	11,7%	13,4%	7,3%	12,7%	10,7%	8,0%	7,9%	13,3%	9,8%	6,8%	9,0%
Ofertas e produtos	4,3%	5,4%	3,1%	3,1%	3,6%	6,6%	3,7%	4,0%	5,7%	5,1%	4,2%	4,6%	1,1%	4,0%	5,5%	3,3%
Polícia	2,1%	1,2%	3,1%	0,8%	2,9%	2,2%	1,2%	2,2%	1,4%	1,7%	2,2%	2,1%	2,2%	1,8%	2,5%	1,8%
PET	1,7%	2,6%	0,6%	1,6%	1,5%	1,5%	2,4%	1,3%	3,3%	1,7%	1,7%	1,9%	0,0%	0,9%	1,5%	2,7%
Não sei dizer	6,1%	6,7%	5,5%	5,5%	5,6%	5,8%	7,7%	6,3%	5,7%	4,5%	6,4%	6,1%	6,7%	5,2%	6,8%	6,3%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Consumo de informação

P03.

Você saberia dizer quanto tempo em média gasta, por dia, se informando, assistindo ou acessando esses ou outros conteúdos?



Quando o tema é o tempo médio que o brasileiro passa online há números para todos os gostos a partir de diferentes fontes na internet. O que se sabe, com segurança, é que o Brasil é o segundo país em que os usuários passam mais tempo online, com média de 9h13, atrás apenas da África do Sul com 9h24. Na Baixada Santista, **1/3 dos entrevistados** afirmou passar **entre duas e cinco horas por dia conectados**, consumindo conteúdos diversos.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Consumo de informação

P03.

Você saberia dizer quanto tempo em média gasta, por dia, se informando, assistindo ou acessando esses ou outros conteúdos?

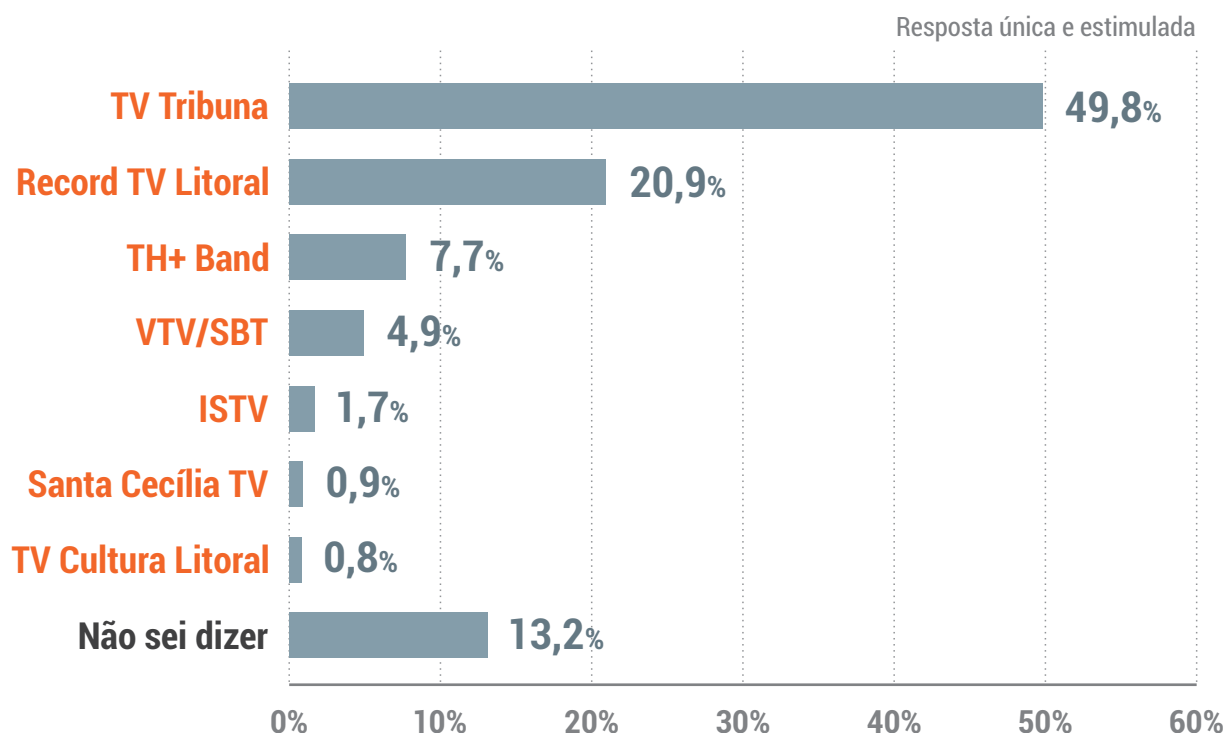
3. Tempo médio diário acessando conteúdos	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Até 1h	14,1%	16,2%	11,6%	7,0%	10,2%	17,5%	20,3%	15,3%	9,0%	21,5%	12,6%	13,8%	16,7%	18,7%	13,6%	10,1%
Mais de 1h e até 2h	20,1%	20,0%	20,2%	17,2%	17,2%	21,2%	25,2%	20,9%	17,0%	22,0%	19,8%	19,5%	26,7%	24,5%	18,6%	17,6%
Mais de 2h e até 5h	32,1%	29,7%	34,8%	25,0%	35,2%	32,1%	30,5%	30,5%	38,2%	29,4%	32,6%	32,0%	33,3%	31,5%	31,7%	33,1%
Mais de 5h e até 8h	16,9%	16,7%	17,1%	21,1%	15,8%	19,0%	14,2%	16,6%	17,9%	17,5%	16,6%	17,4%	11,1%	12,8%	20,1%	17,0%
8h ou mais	13,9%	14,2%	13,4%	26,6%	18,4%	9,1%	4,9%	13,7%	14,6%	6,8%	15,3%	14,1%	11,1%	11,3%	11,8%	18,8%
Não sei dizer	3,0%	3,2%	2,9%	3,1%	3,2%	1,1%	4,9%	2,9%	3,3%	2,8%	3,1%	3,2%	1,1%	1,2%	4,3%	3,3%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P04.

Qual a emissora de TV Regional, dentre essas que estão nesse disco de pesquisa, que você mais assiste ou acessa?



Liderança que não se contesta. O estudo do Instituto Badra mostra com clareza que 50% dos moradores da Baixada Santista acessam ou assistem com regularidade a **TV Tribuna**, afiliada da Rede Globo. São cinco em cada dez. Ainda que esse número já tenha sido maior ao longo das três décadas de existência da emissora, a força do sinal e do conteúdo produzido, somados à própria trajetória do grupo de comunicação, acabam por manter o canal como referência regional. Record Litoral consolidada na segunda posição, enquanto TH+ Band e VTV/SBT disputam a terceira posição.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P04.

Qual a emissora de TV Regional, dentre essas que estão nesse disco de pesquisa, que você mais assiste ou acessa?

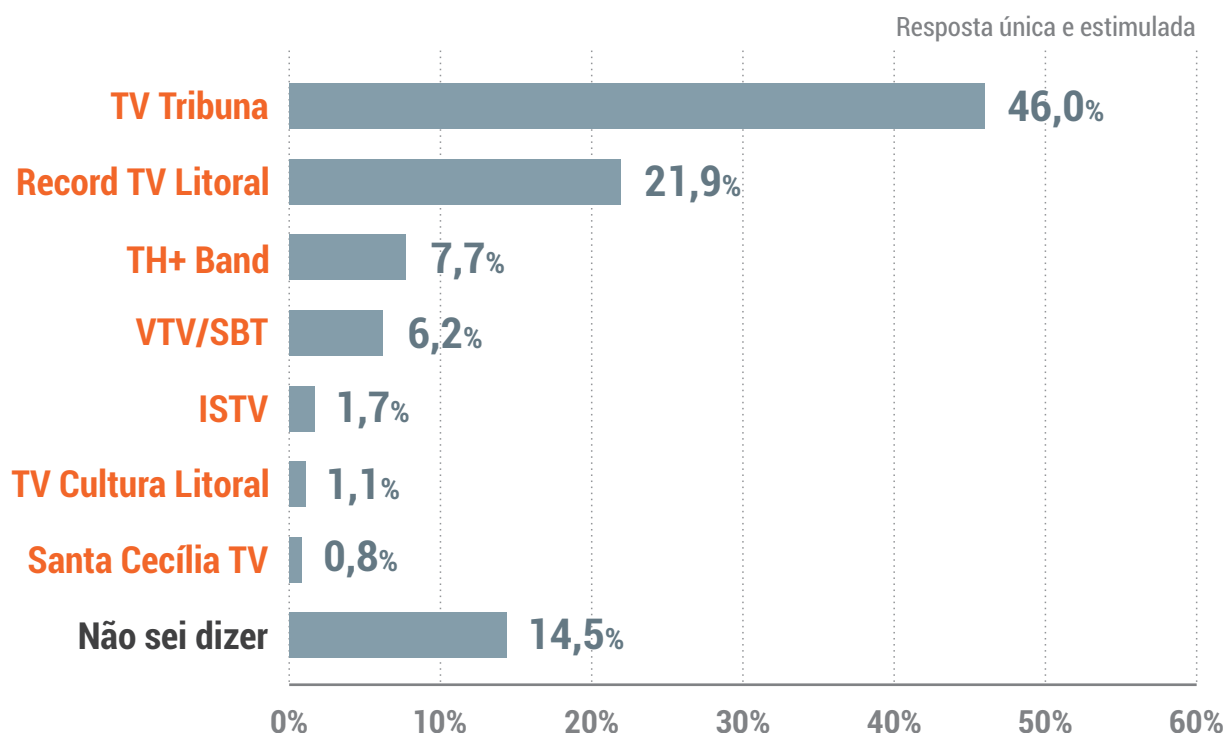
4. TV Reginal mais assistida	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
TV Tribuna	49,8%	54,7%	44,2%	46,1%	48,3%	50,7%	53,3%	49,8%	50,0%	52,5%	49,3%	50,2%	45,6%	61,5%	37,9%	52,5%
Record TV Litoral	20,9%	21,4%	20,4%	11,7%	21,1%	23,7%	22,4%	21,2%	19,8%	20,3%	20,8%	21,1%	18,9%	15,0%	28,1%	18,2%
TH+ Band	7,7%	7,2%	8,4%	10,2%	6,1%	10,2%	6,5%	8,5%	4,7%	7,9%	7,7%	8,1%	3,3%	6,1%	8,0%	9,0%
VTV SBT	4,9%	2,8%	7,3%	4,7%	5,1%	4,0%	5,7%	5,0%	4,7%	6,2%	4,7%	4,8%	5,6%	3,1%	6,5%	4,8%
ISTV	1,7%	1,2%	2,2%	2,3%	1,2%	0,7%	3,3%	1,8%	1,4%	0,6%	1,9%	1,2%	6,7%	3,1%	0,8%	1,5%
Santa Cecília TV	0,9%	0,9%	1,0%	0,8%	0,7%	1,5%	0,8%	1,1%	0,5%	0,6%	1,0%	0,9%	1,1%	0,9%	1,3%	0,6%
TV Cultura Litoral	0,8%	0,9%	0,8%	0,8%	1,2%	0,4%	0,8%	0,7%	1,4%	1,1%	0,8%	0,7%	2,2%	1,2%	0,8%	0,6%
Não sei dizer	13,2%	10,9%	15,7%	23,4%	16,3%	8,8%	7,3%	12,0%	17,5%	10,7%	13,7%	12,8%	16,7%	9,2%	16,6%	12,8%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P05.

E qual dessas emissoras você acha que faz a melhor cobertura jornalística, inclusive abrindo mais espaço, aos assuntos da Região da Baixada Santista?



O levantamento realizado pela Badra **não é uma medição de audiência**. O viés metodológico indica uma **aferição de preferência**. E em geral o público acessa mais, o que mais gosta e/ou julga ter maior ou melhor qualidade. A leitura conjunta das respostas às perguntas P04-P05 validam essa tese. As preferências dispostas na P04 estão diretamente relacionadas ao entendimento dos entrevistados sobre quais emissoras fazem a melhor cobertura jornalística e dedicando mais espaço aos temas da região. É o critério de proximidade tão utilizado para a seleção de notícias.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P05.

E qual dessas emissoras você acha que faz a melhor cobertura jornalística, inclusive abrindo mais espaço, aos assuntos da Região da Baixada Santista?

5. Emissora com melhor cobertura jornalística da Baixada Santista	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
TV Tribuna	46,0%	50,4%	40,9%	43,0%	44,7%	47,1%	48,8%	46,1%	45,8%	48,0%	45,7%	46,4%	42,2%	57,5%	34,9%	48,1%
Record TV Litoral	21,9%	22,7%	21,0%	12,5%	22,1%	25,5%	22,4%	22,2%	20,8%	20,9%	21,9%	22,2%	18,9%	17,7%	28,9%	17,6%
TH+ Band	7,7%	6,9%	8,8%	10,2%	6,3%	9,5%	6,9%	8,5%	4,7%	7,9%	7,7%	8,2%	2,2%	5,2%	8,8%	9,0%
VTV SBT	6,2%	4,0%	8,8%	3,9%	5,8%	5,5%	8,9%	6,1%	6,6%	9,0%	5,7%	5,9%	10,0%	4,3%	7,0%	7,2%
ISTV	1,7%	1,2%	2,2%	2,3%	1,2%	0,7%	3,3%	1,8%	1,4%	0,6%	1,9%	1,2%	6,7%	3,1%	0,8%	1,5%
TV Cultura Litoral	1,1%	1,4%	0,8%	1,6%	1,0%	0,7%	1,6%	0,9%	1,9%	1,7%	1,0%	1,0%	2,2%	1,5%	1,0%	0,9%
Santa Cecília TV	0,8%	0,7%	1,0%	0,8%	0,7%	1,5%	0,4%	0,9%	0,5%	0,6%	0,9%	0,8%	1,1%	0,9%	1,0%	0,6%
Não sei dizer	14,5%	12,7%	16,5%	25,8%	18,2%	9,5%	7,7%	13,4%	18,4%	11,3%	15,1%	14,2%	16,7%	9,8%	17,6%	15,2%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

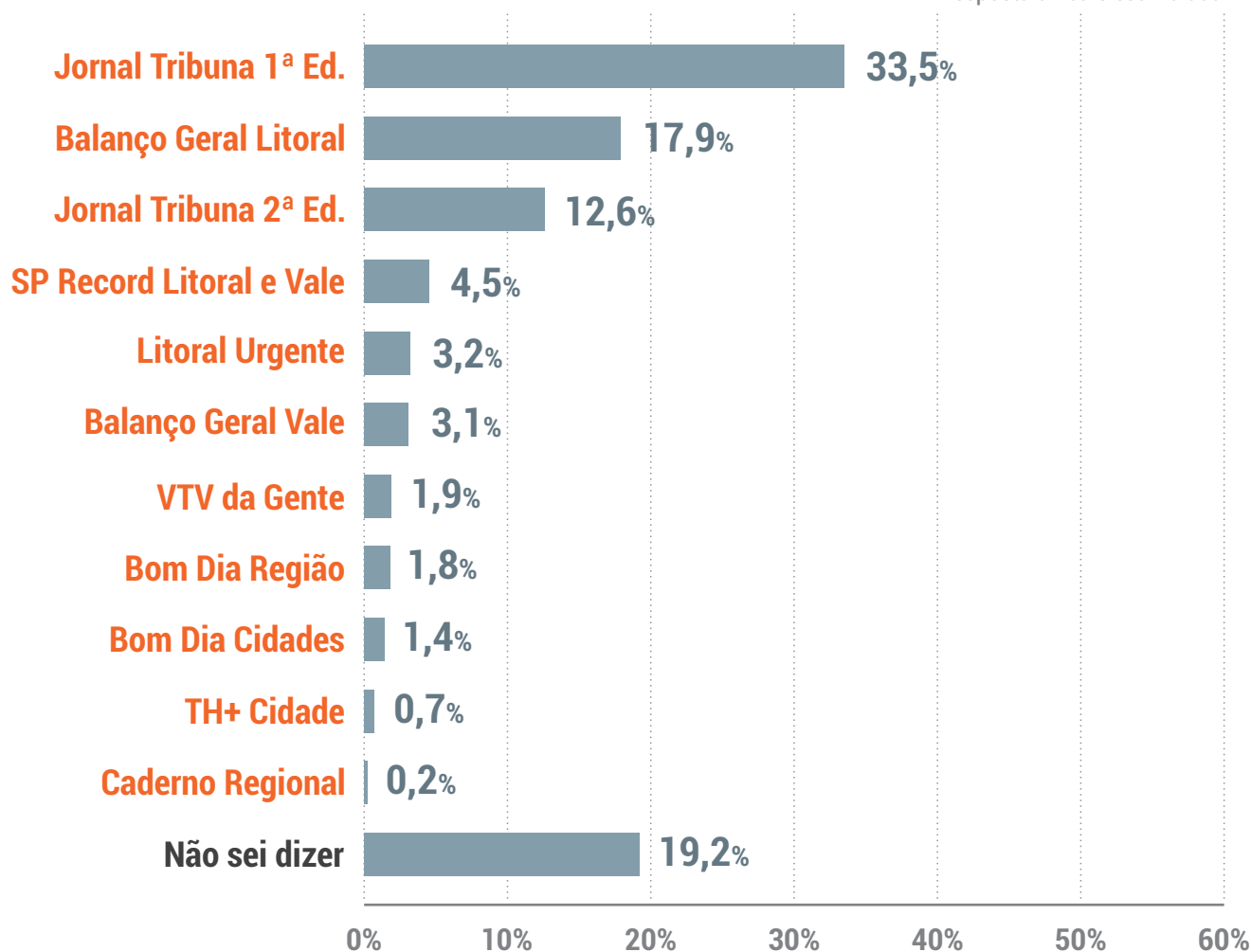
Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P06.

Na sua opinião, qual o melhor telejornal regional?

Resposta única e estimulada



Os jornalísticos da TV Tribuna e da Record TV Litoral aparecem como os preferidos do público da Baixada Santista e em posições consolidadas. Larga vantagem para o JT 1ª Edição e segunda posição confortável para o Balanço Geral Litoral que, aliás, impede a dobradinha da afiliada da Rede Globo. Uma olhada atenta ao quadro de tabulação vai revelar que o **JT 1ª Edição registra melhor desempenho entre as mulheres, os que têm renda superior a R\$ 7,5 mil/mês e entre os católicos**. Já o jornalístico da Record TV Litoral tem melhor desempenho entre os evangélicos.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Na sua opinião, qual o melhor telejornal regional?

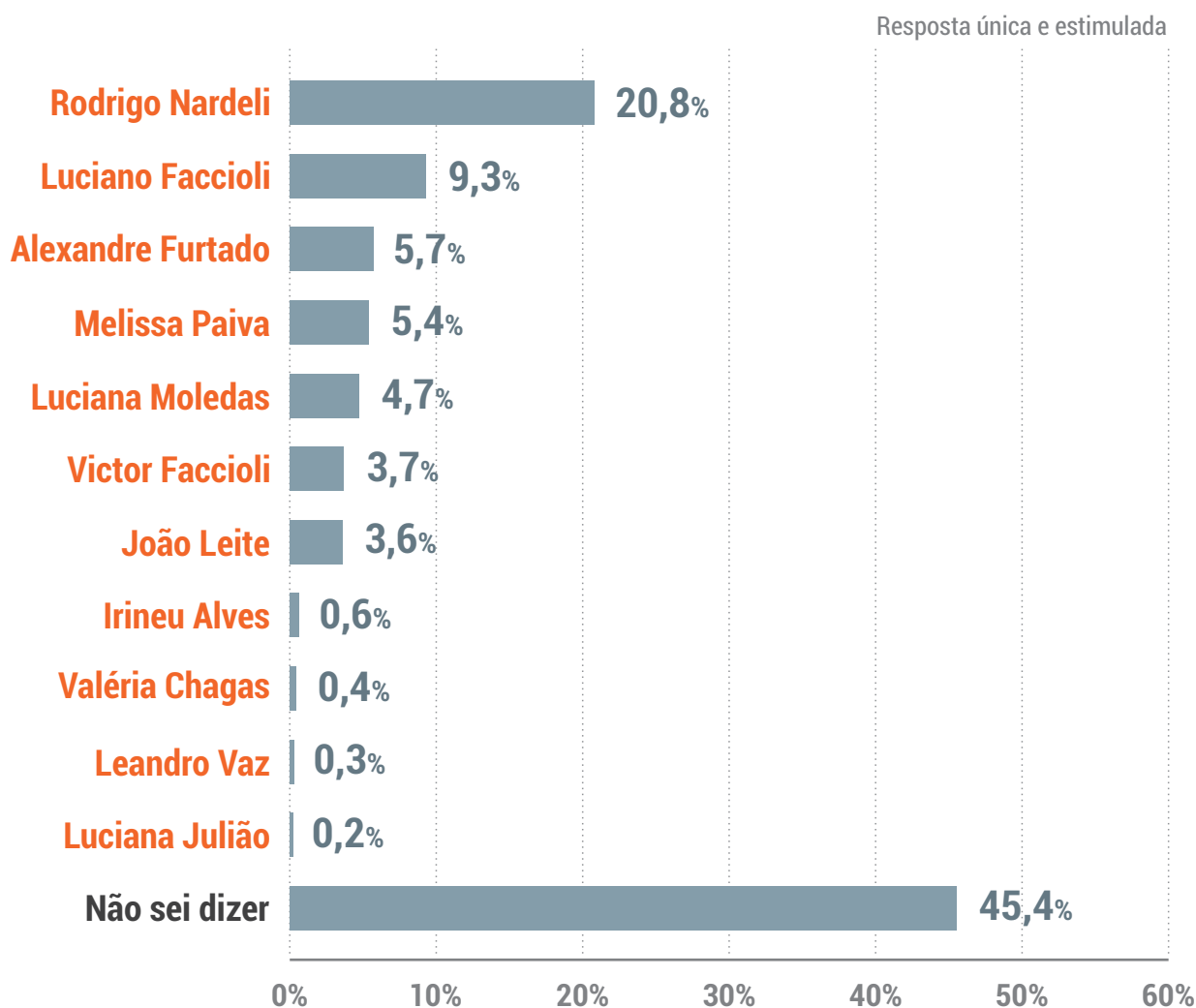
6. Melhor telejornal regional	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Jornal da Tribuna 1ª Edição	33,5%	36,6%	29,9%	29,7%	32,5%	33,2%	37,4%	34,3%	30,2%	36,2%	33,1%	32,7%	42,2%	44,6%	26,9%	30,4%
Balanço Geral Litoral	17,9%	18,6%	17,1%	13,3%	17,2%	21,2%	17,9%	19,0%	13,7%	20,3%	17,4%	17,7%	20,0%	15,9%	22,4%	14,6%
Jornal da Tribuna 2ª Edição	12,6%	13,2%	12,0%	14,1%	10,4%	16,1%	11,8%	11,9%	15,6%	9,6%	13,3%	13,5%	3,3%	12,5%	11,1%	14,6%
SP Record Litoral e Vale	4,5%	3,0%	6,3%	1,6%	6,1%	2,6%	5,7%	4,7%	3,8%	2,8%	4,8%	4,4%	5,6%	3,7%	6,5%	3,0%
Litoral Urgente	3,2%	4,2%	2,0%	4,7%	3,2%	3,3%	2,4%	3,1%	3,8%	2,3%	3,3%	3,3%	2,2%	1,5%	3,5%	4,5%
Balanço Geral Vale	3,1%	2,6%	3,7%	3,9%	2,9%	1,8%	4,5%	3,4%	1,9%	3,4%	3,1%	2,9%	5,6%	2,1%	3,3%	3,9%
VTV da Gente	1,9%	0,9%	3,1%	1,6%	1,2%	2,6%	2,4%	1,9%	1,9%	3,4%	1,6%	2,0%	1,1%	1,5%	1,8%	2,4%
Bom Dia Região	1,8%	1,8%	1,8%	0,8%	1,9%	2,2%	1,6%	1,5%	2,8%	1,1%	1,9%	1,6%	3,3%	2,8%	1,3%	1,5%
Bom Dia Cidades	1,4%	1,2%	1,6%	0,8%	1,5%	1,1%	2,0%	1,5%	0,9%	3,4%	1,0%	1,5%	0,0%	2,8%	1,3%	0,3%
TH+ Cidade	0,7%	0,5%	0,8%	0,8%	1,0%	0,4%	0,4%	0,6%	0,9%	0,6%	0,7%	0,6%	1,1%	0,6%	0,5%	0,9%
Caderno Regional	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%
Não sei dizer	19,2%	17,2%	21,4%	28,9%	21,6%	15,7%	13,8%	17,8%	24,5%	16,9%	19,5%	19,5%	15,6%	11,6%	21,4%	23,9%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P07.

Considerando esse disco de pesquisa com os nomes de apresentadores de telejornais dos canais regionais de TV, qual deles você mais gosta e/ou prefere assistir?



Três apresentadores, todos homens, entre os queridinhos do público da Baixada Santista. **Nem sempre líderes de audiência**, mas líderes no carisma e na empatia com os telespectadores. São eles: Rodrigo Nardeli, que comanda o JT 1ª Edição; Alexandre Furtado, do Balanço Geral da Record TV Litoral; e **Luciano Faccioli**, que está à frente do **Litoral Urgente**, da TH+ Band. É bem verdade que as apresentadoras Melissa Paiva e Luciana Moledas aparecem na sequência, coladinhas com o Faccioli. Gente que faz do jornalismo uma relação de confiança com quem os assiste.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Televisão

P07.

Considerando esse disco de pesquisa com os nomes de apresentadores de telejornais dos canais regionais de TV, qual deles você mais gosta e/ou prefere assistir?

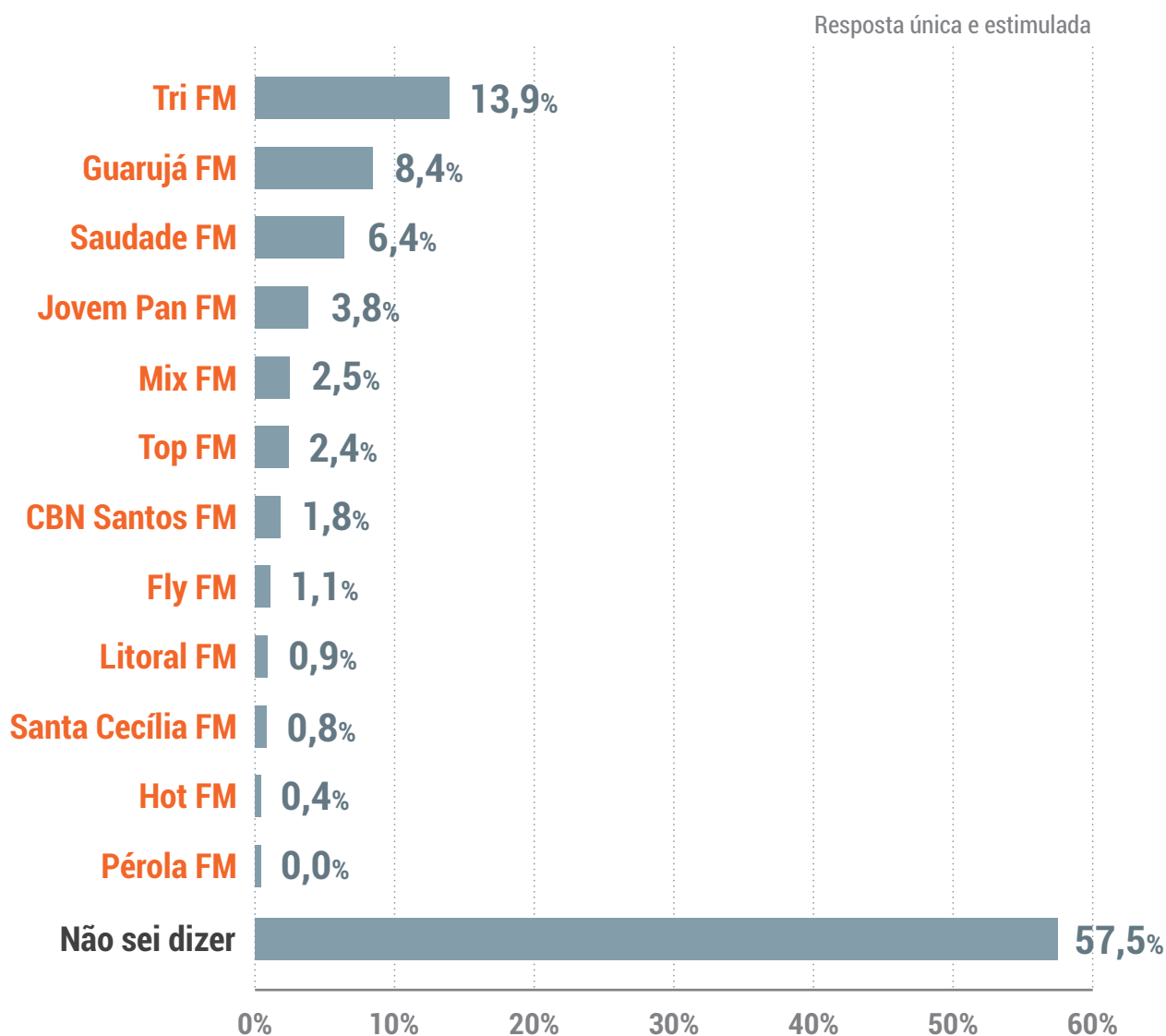
7. Apresentador regional preferido	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Rodrigo Nardeli	20,8%	21,6%	19,8%	15,6%	18,2%	23,4%	24,8%	21,0%	19,8%	26,6%	19,7%	21,1%	16,7%	32,1%	15,8%	15,5%
Luciano Faccioli	9,3%	10,7%	7,7%	5,5%	9,7%	10,6%	9,3%	9,2%	9,9%	8,5%	9,6%	9,0%	13,3%	7,3%	11,8%	8,4%
Alexandre Furtado	5,7%	6,2%	5,1%	5,5%	6,6%	4,0%	6,1%	6,5%	2,4%	4,0%	5,9%	5,6%	6,7%	7,0%	5,3%	4,8%
Melissa Paiva	5,4%	4,4%	6,5%	1,6%	2,4%	10,2%	6,9%	5,5%	4,7%	7,3%	5,0%	5,2%	7,8%	6,7%	4,3%	5,4%
Luciana Moledas	4,7%	6,2%	3,1%	1,6%	4,1%	6,2%	5,7%	4,2%	6,6%	4,0%	4,9%	5,1%	1,1%	3,1%	4,8%	6,3%
Victor Faccioli	3,7%	3,9%	3,5%	0,8%	5,1%	3,3%	3,3%	3,7%	3,8%	6,8%	3,1%	3,3%	7,8%	3,1%	3,5%	4,5%
João Leite	3,6%	2,8%	4,5%	3,1%	2,7%	4,7%	4,1%	3,4%	4,2%	4,5%	3,4%	3,1%	8,9%	4,9%	1,8%	4,5%
Irineu Alves	0,6%	0,4%	0,8%	0,0%	0,5%	0,4%	1,2%	0,7%	0,0%	1,1%	0,5%	0,6%	0,0%	0,6%	1,0%	0,0%
Valéria Chagas	0,4%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%	0,4%	0,0%	0,4%	0,5%	0,0%	0,5%	0,4%	0,0%	0,6%	0,5%	0,0%
Leandro Vaz	0,3%	0,0%	0,6%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	0,4%	0,0%	0,6%	0,2%	0,2%	1,1%	0,6%	0,3%	0,0%
Luciana Julião	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%	1,1%	0,3%	0,3%	0,0%
Não sei dizer	45,4%	42,9%	48,5%	66,4%	49,8%	35,4%	38,6%	44,8%	48,1%	36,7%	47,0%	46,4%	35,6%	33,6%	50,8%	50,7%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Rádio

P08.

Em termos de rádios locais, emissoras regionais. Dessas que estão no disco de pesquisa, qual você mais ouve ou acessa?



A quantidade de entrevistados que não soube indicar a rádio que mais ouve ou acessa de certo já deixa claro uma triste realidade: a exemplo da mídia impressa, as rádios vêm perdendo seguidores, adeptos, ouvintes ainda que busquem atuar em multiplataformas. **Só quatro em cada dez entrevistados souberam apontar a rádio de sua preferência.** Discreta, bem discreta liderança para a Tri FM, única que conseguiu ultrapassar a cada dos dois dígitos. Quem mais ouve rádio? Os que, em termos de faixa etária, têm 60 anos ou mais.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Rádio

P08.

Em termos de rádios locais, emissoras regionais. Dessas que estão no disco de pesquisa, qual você mais ouve ou acessa?

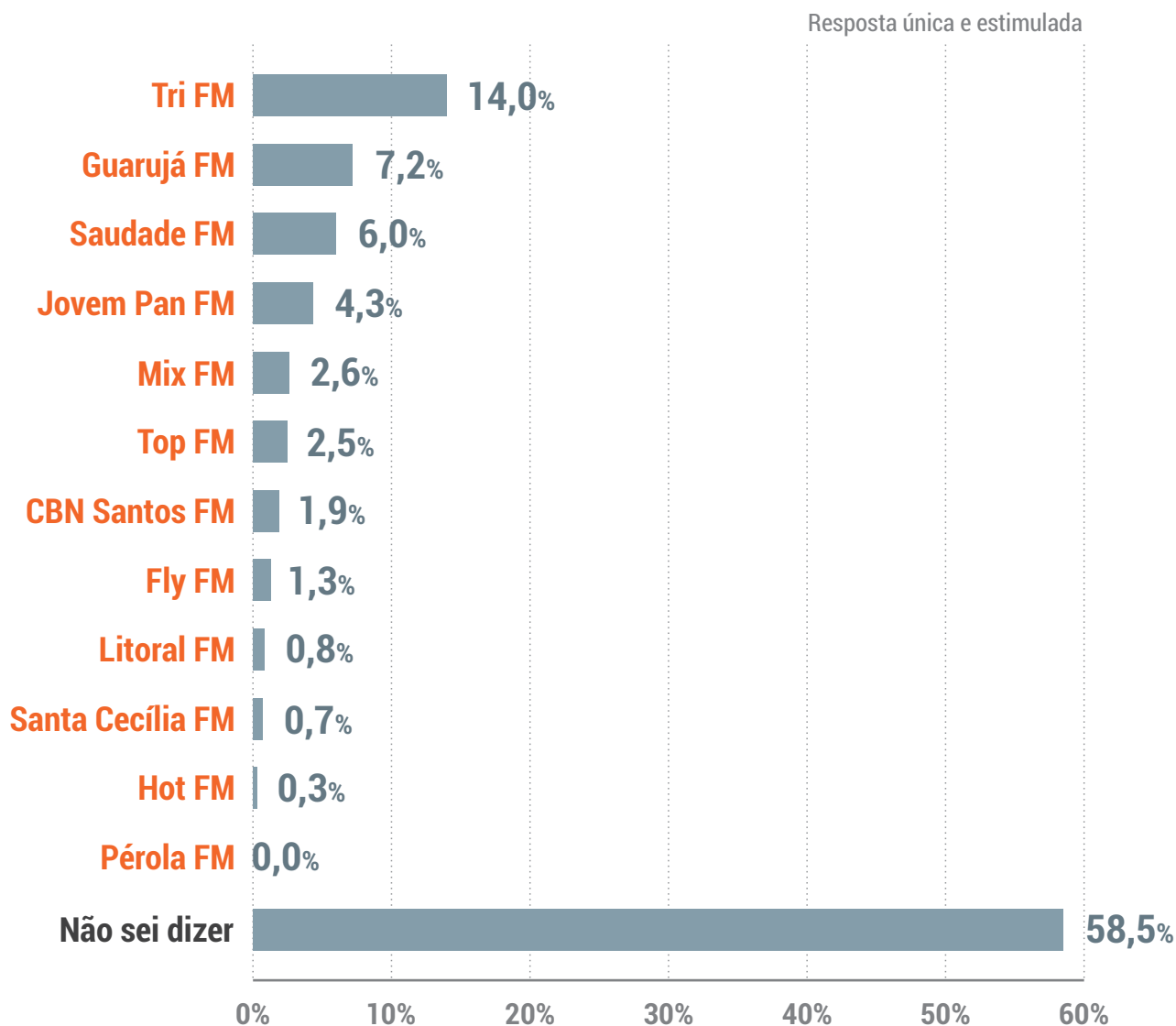
8. Rádio regional mais ouvida	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Tri FM	13,9%	14,8%	12,8%	14,1%	13,6%	11,7%	16,7%	15,0%	9,4%	11,9%	14,2%	13,1%	22,2%	19,6%	13,6%	8,7%
Guarujá FM	8,4%	9,3%	7,3%	7,0%	8,5%	7,3%	10,2%	8,5%	8,0%	11,9%	7,7%	8,0%	12,2%	10,4%	6,5%	8,7%
Saudade FM	6,4%	5,4%	7,5%	0,8%	4,6%	9,5%	8,9%	7,2%	3,3%	9,0%	5,9%	6,2%	8,9%	11,3%	3,3%	5,4%
Jovem Pan	3,8%	2,6%	5,1%	2,3%	5,3%	2,6%	3,3%	3,3%	5,7%	4,0%	3,5%	3,4%	7,8%	2,8%	3,8%	4,8%
Mix FM	2,5%	1,9%	3,3%	2,3%	4,1%	2,2%	0,4%	2,6%	2,4%	1,7%	2,7%	2,7%	1,1%	1,8%	2,3%	3,6%
Top FM	2,4%	2,1%	2,6%	3,1%	2,4%	2,2%	2,0%	2,8%	0,5%	3,4%	2,2%	2,4%	2,2%	2,8%	2,5%	1,8%
CBN Santos FM	1,8%	1,4%	2,2%	0,0%	1,2%	1,8%	3,7%	1,1%	4,7%	2,3%	1,7%	2,0%	0,0%	0,9%	1,5%	3,0%
Fly FM	1,1%	1,2%	1,0%	0,8%	0,5%	1,8%	1,6%	1,3%	0,5%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,2%	2,0%	0,0%
Litoral FM	0,9%	0,7%	1,2%	1,6%	0,7%	0,7%	1,2%	0,9%	0,9%	1,1%	0,9%	0,8%	2,2%	0,9%	1,0%	0,9%
Santa Cecília	0,8%	0,9%	0,8%	0,8%	0,2%	1,8%	0,8%	0,9%	0,5%	0,6%	0,9%	0,9%	0,0%	0,9%	0,3%	1,5%
Hot FM	0,4%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,4%	0,4%	0,5%	0,6%	0,3%	0,4%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%
Pérola FM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sei dizer	57,5%	58,9%	56,0%	67,2%	58,5%	57,7%	50,8%	56,0%	63,7%	52,5%	58,7%	59,0%	42,2%	47,1%	62,8%	61,5%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Rádio

P09.

Com base no mesmo disco de pesquisa: entre essas mesmas rádios, de qual você mais gosta do conteúdo veiculado?



O ranking do melhor conteúdo regional em rádio repete quase que na íntegra o ranking das rádios mais ouvidas e/ou acessadas segundo a pesquisa do Instituto Badra. Do ponto de vista do conteúdo pode-se dizer, ainda, que não há exatamente alguma emissora que tenha predominância em função de conteúdo exclusivo, ou seja, aquelas que dedicam programação à música ou ao jornalismo, por exemplo.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Rádio

P09.

Com base no mesmo disco de pesquisa: entre essas mesmas rádios, de qual você mais gosta do conteúdo veiculado?

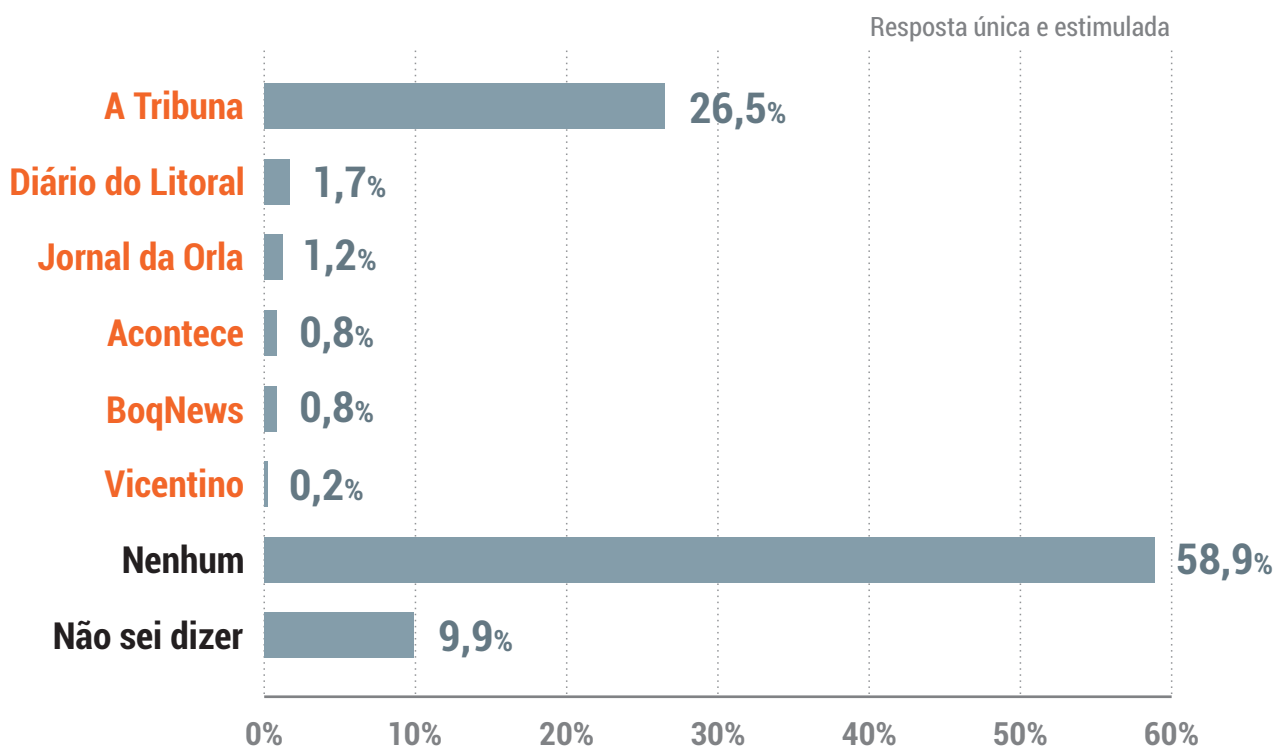
9. Rádio com melhor conteúdo	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Tri FM	14,0%	15,1%	12,6%	12,5%	13,6%	12,0%	17,5%	15,2%	9,0%	11,9%	14,4%	13,1%	23,3%	19,6%	13,8%	8,7%
Guarujá FM	7,2%	7,6%	6,7%	4,7%	8,0%	6,2%	8,1%	7,3%	6,6%	11,9%	6,3%	7,0%	8,9%	9,8%	5,8%	6,3%
Saudade FM	6,0%	4,9%	7,3%	0,8%	4,6%	10,2%	6,5%	6,8%	2,8%	7,9%	5,7%	5,9%	7,8%	10,4%	3,3%	5,1%
Jovem Pan	4,3%	3,5%	5,3%	2,3%	6,8%	2,2%	3,7%	3,9%	6,1%	5,1%	4,1%	4,0%	7,8%	2,1%	5,0%	5,7%
Mix FM	2,6%	1,9%	3,5%	3,1%	4,1%	2,2%	0,4%	2,5%	3,3%	1,7%	2,8%	2,8%	1,1%	1,8%	2,5%	3,6%
Top FM	2,5%	2,3%	2,6%	3,1%	2,4%	2,2%	2,4%	2,9%	0,5%	3,4%	2,3%	2,5%	2,2%	3,1%	2,5%	1,8%
CBN Santos FM	1,9%	1,6%	2,2%	0,0%	1,2%	2,6%	3,3%	1,1%	5,2%	2,3%	1,8%	2,1%	0,0%	1,2%	1,8%	2,7%
Fly FM	1,3%	1,4%	1,2%	0,8%	0,5%	1,8%	2,4%	1,4%	0,9%	1,7%	1,3%	1,3%	1,1%	1,5%	2,3%	0,0%
Litoral FM	0,8%	0,5%	1,0%	1,6%	0,7%	0,4%	0,8%	0,8%	0,5%	0,6%	0,8%	0,7%	1,1%	0,9%	0,5%	0,9%
Santa Cecília	0,7%	0,7%	0,6%	0,8%	0,0%	1,5%	0,8%	0,8%	0,0%	0,6%	0,7%	0,7%	0,0%	0,9%	0,3%	0,9%
Hot FM	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,4%	0,4%	0,4%	0,0%	0,6%	0,2%	0,3%	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%
Pérola FM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sei dizer	58,5%	59,9%	56,8%	70,3%	57,8%	58,4%	53,7%	56,8%	65,1%	52,5%	59,7%	59,6%	46,7%	48,3%	61,8%	64,5%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Jornal

P10.

Jornais locais impressos. Qual desses jornais, cujos títulos estão nesse disco de pesquisa, você mais tem acesso/costuma ler?



"Parem as máquinas!" Durante muito tempo essa foi uma das frases mais temidas nas redações dos jornais impressos. A frase passava a ideia de que algo que estava errado e precisaria ser corrigido. Sem contar possíveis interferências políticas ou comerciais. As máquinas, conhecidas como rotativas, já estão caladas - em sua maioria - há alguns anos. Prova disso é que aproximadamente 60% foram taxativos em afirmar que **não acessam ou têm o costume de ler nenhum dos jornais impressos** que circulam na região. O centenário jornal **A Tribuna**, com 26,5%, é exceção.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

P10.

Jornais locais impressos. Qual desses jornais, cujos títulos estão nesse disco de pesquisa, você mais tem acesso/costuma ler?

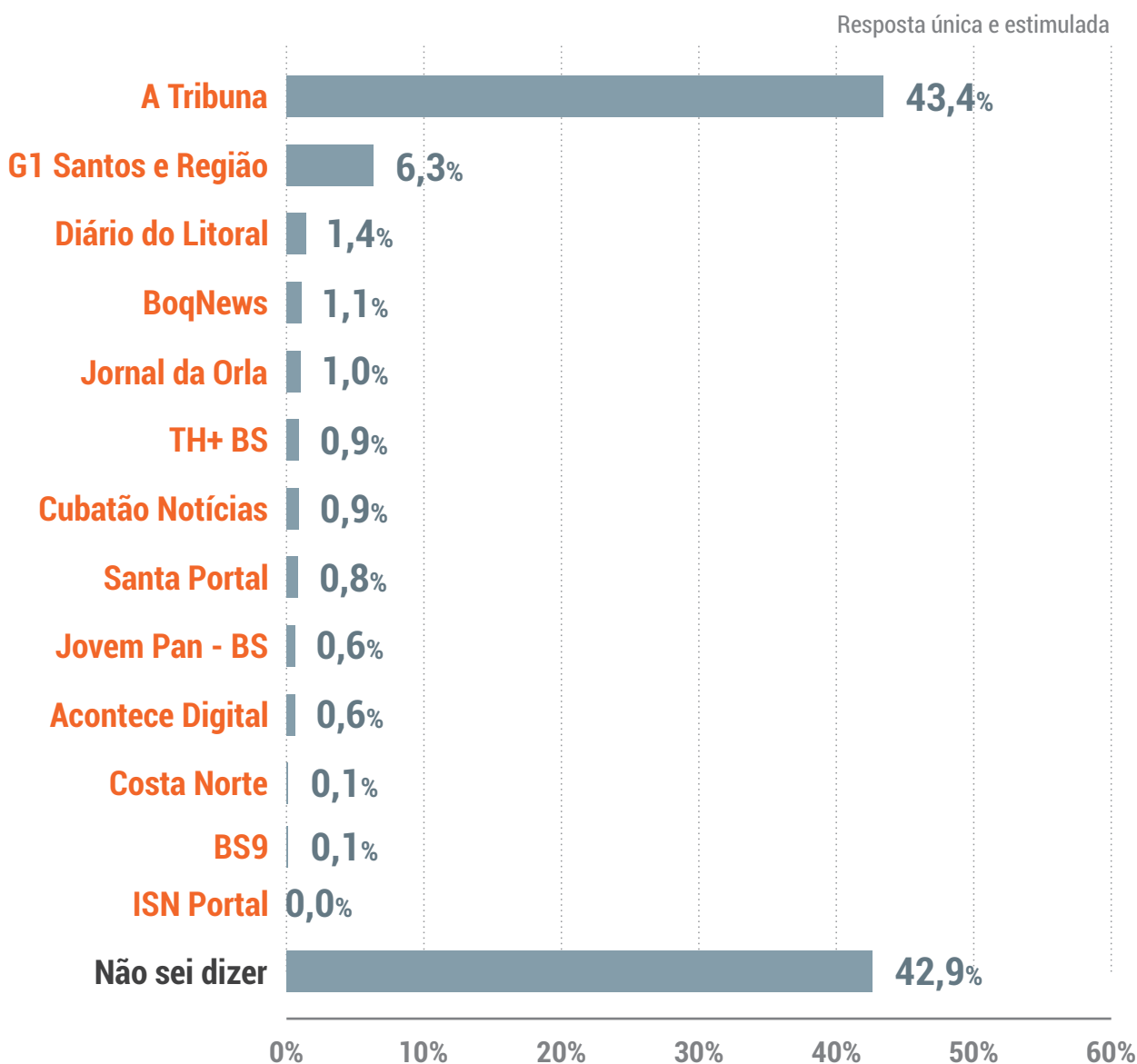
10. Jornal impresso mais lido/presente	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
A Tribuna	26,5%	26,2%	26,9%	18,8%	24,3%	29,9%	30,5%	26,2%	27,8%	33,9%	25,2%	24,0%	53,3%	37,3%	22,1%	21,2%
Diário do Litoral	1,7%	1,1%	2,4%	0,0%	2,2%	2,6%	0,8%	1,3%	3,3%	1,1%	1,8%	1,8%	1,1%	1,8%	1,0%	2,4%
Jornal da Orla	1,2%	0,9%	1,6%	0,0%	0,5%	2,2%	2,0%	0,9%	2,4%	2,3%	1,0%	0,7%	6,7%	2,4%	0,5%	0,9%
Acontece	0,8%	0,7%	1,0%	0,0%	0,7%	0,7%	1,6%	0,8%	0,9%	0,6%	0,9%	0,8%	1,1%	0,9%	1,0%	0,6%
BoqNews	0,8%	0,5%	1,0%	0,0%	1,0%	0,7%	0,8%	0,4%	2,4%	0,6%	0,8%	0,7%	1,1%	0,6%	0,3%	1,5%
Vicentino	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,1%	0,5%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%
Nenhum	58,9%	60,6%	56,8%	68,0%	59,5%	57,3%	54,9%	61,6%	48,1%	53,7%	59,7%	61,5%	30,0%	46,2%	66,1%	62,7%
Não sei dizer	9,9%	10,0%	9,8%	13,3%	11,7%	6,6%	8,9%	8,7%	14,6%	7,9%	10,4%	10,2%	6,7%	10,7%	8,8%	10,4%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Portais de notícias

P11.

Pensando agora nos portais locais de notícias, qual você costuma acessar com mais frequência?



A pesquisa Badra apresenta uma tendência já verificada nos últimos anos: o jornalismo, como um todo, enfrenta não apenas dificuldades de financiamento, mas, também, de relacionamento com um público cada vez mais seletivo a respeito de como e sobre o quê deseja se informar. As redes sociais têm alcançado maior aderência, quando o assunto é se informar, do que acesso diretamente por sites e aplicativos. Daí que **42,6% dos entrevistados não souberam apontar o seu portal de notícias de preferência.**

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Portais de notícias

P11.

Pensando agora nos portais locais de notícias, qual você costuma acessar com mais frequência?

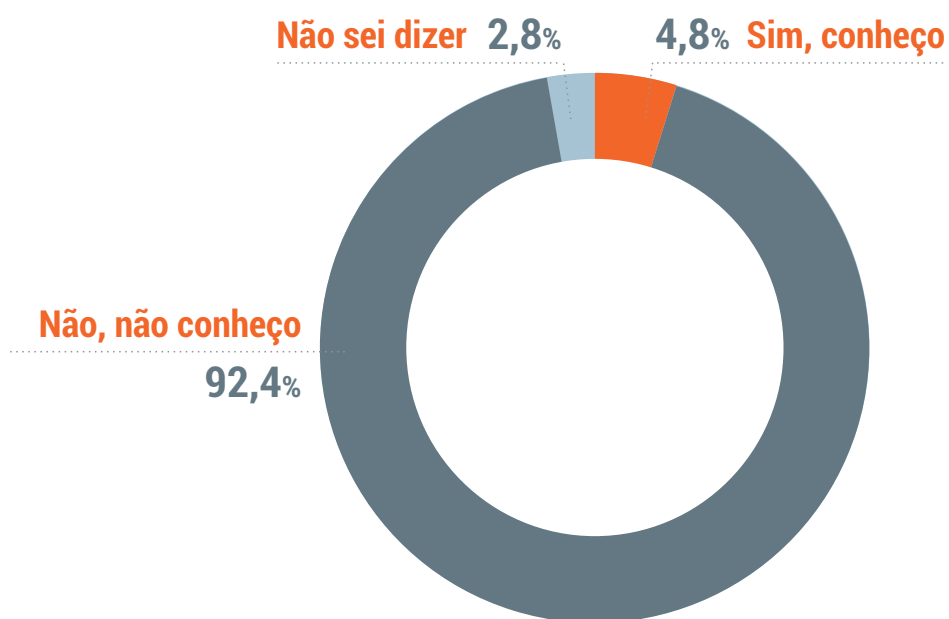
11. Portal de notícias acessado mais frequentemente	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
A Tribuna	43,4%	45,5%	40,9%	32,0%	43,4%	44,2%	48,4%	43,3%	43,9%	46,9%	42,8%	41,5%	63,3%	52,3%	38,9%	40,0%
G1 Santos e Região	6,3%	7,7%	4,7%	7,8%	7,0%	7,7%	2,8%	6,7%	4,7%	1,7%	7,3%	6,7%	2,2%	4,0%	5,8%	9,3%
Diário do Litoral	1,4%	0,7%	2,2%	0,0%	1,7%	2,2%	0,8%	0,8%	3,8%	0,6%	1,6%	1,2%	3,3%	0,6%	1,0%	2,7%
BoqNews	1,1%	1,2%	1,0%	0,8%	1,2%	1,1%	1,2%	0,6%	3,3%	1,7%	1,0%	1,2%	0,0%	0,9%	0,3%	2,4%
Jornal da Orla	1,0%	0,9%	1,2%	0,0%	1,0%	1,5%	1,2%	0,9%	1,4%	1,7%	0,9%	0,8%	3,3%	1,8%	0,8%	0,6%
TH+ Baixada Santista	0,9%	0,9%	1,0%	1,6%	0,7%	1,1%	0,8%	0,9%	0,9%	0,0%	1,1%	0,8%	2,2%	1,2%	1,0%	0,6%
Cubatão Notícias	0,9%	0,9%	1,0%	2,3%	1,0%	0,7%	0,4%	0,9%	0,9%	0,0%	1,1%	1,0%	0,0%	1,8%	0,8%	0,3%
Santa Portal	0,8%	0,5%	1,2%	0,0%	1,0%	1,1%	0,8%	0,7%	1,4%	2,3%	0,6%	0,8%	1,1%	0,3%	1,0%	1,2%
Jovem Pan – Baixada Santista	0,6%	0,4%	0,8%	2,3%	0,2%	0,4%	0,4%	0,7%	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	0,9%	0,5%	0,3%
Acontece Digital	0,6%	1,1%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	1,2%	0,4%	1,4%	0,6%	0,6%	0,5%	1,1%	0,6%	0,8%	0,3%
Costa Norte	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
BS9	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
ISN Portal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sei dizer	42,9%	39,9%	45,8%	53,1%	41,7%	40,1%	41,5%	43,8%	38,2%	44,1%	42,1%	44,4%	23,3%	35,5%	48,7%	42,4%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

P12.

Você já ouviu falar no portal de notícias BS9?

Resposta única e estimulada



Mantendo estreita relação com o Instituto Badra, o portal de notícias BS9 ainda engatinha para se tornar conhecido e, consequentemente, entrar no rol dos "mais acessados" pelo público local consumidor de informação. Com pouco mais de três anos de trajetória, o levantamento revela que ele é buscado por apenas 0,1% dos entrevistados e conhecido por 4,8%.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

P12.

Você já ouviu falar no portal de notícias BS9?

12. Conhecem o portal BS9	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
Sim	4,8%	4,6%	5,1%	4,7%	4,1%	6,2%	4,5%	4,2%	7,1%	3,4%	5,1%	4,7%	5,6%	5,8%	2,3%	6,9%
Não	92,4%	93,0%	91,6%	90,6%	93,9%	90,9%	92,3%	92,6%	91,5%	91,5%	92,8%	92,4%	92,2%	91,4%	94,0%	91,3%
Não sei dizer	2,8%	2,5%	3,3%	4,7%	1,9%	2,9%	3,3%	3,2%	1,4%	5,1%	2,1%	2,9%	2,2%	2,8%	3,8%	1,8%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

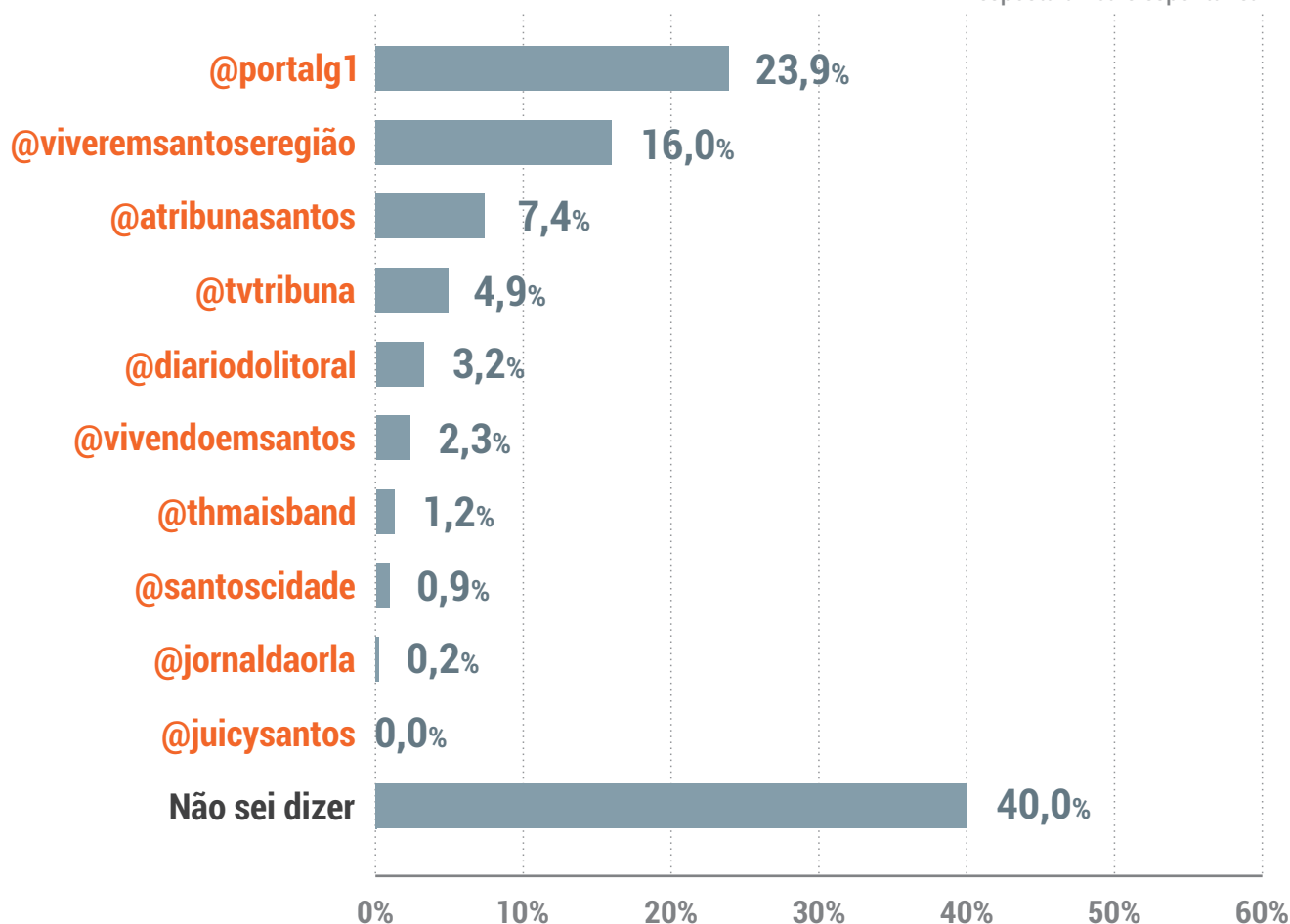
Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P13.

Quando você pensa em buscar notícias locais/regionais nas redes sociais, como o Instagram e o Facebook, qual página vem primeiro a sua cabeça?

Resposta única e espontânea



Um dos líderes nacionais em acessos, o portal de notícias da Globo, G1, detém cerca de **1/4 da preferência entre os moradores da Baixada Santista** quando o assunto é consumo de informação nas redes sociais. Chama atenção, no entanto, o desempenho do **@viveremsantoseregiao lembrado por 16%** dos entrevistados. A provocação aos entrevistados foi clara: qual página vem primeiro a sua lembrança quando você deseja buscar notícias/conteúdos locais nas redes sociais? Somadas, as **páginas ligadas ao grupo A Tribuna registram 36,2% da preferência**.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P13.

Quando você pensa em buscar notícias locais/regionais nas redes sociais, como o Instagram e o Facebook, qual página vem primeiro a sua cabeça?

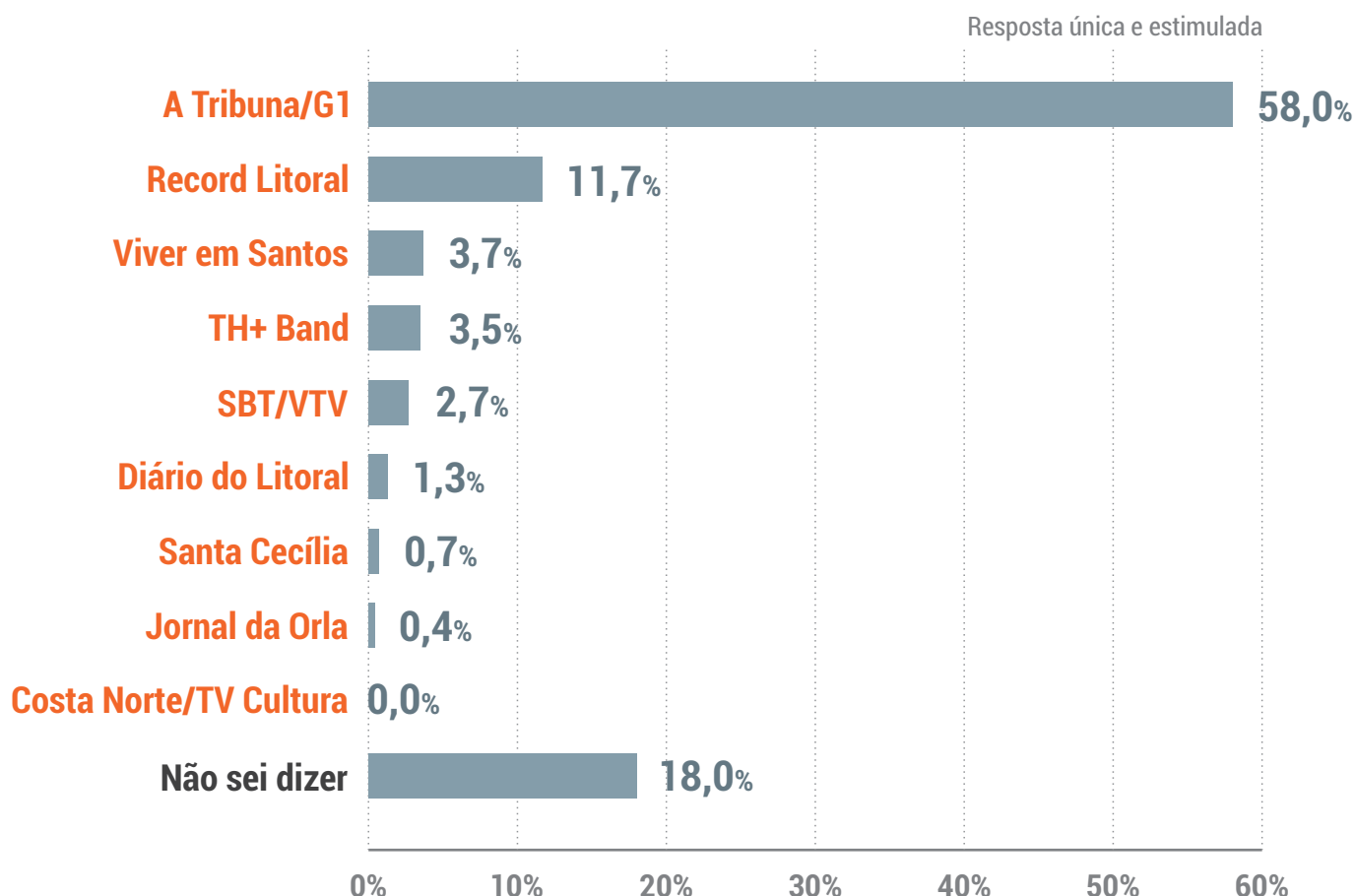
13. Notícias regionais - Página que vem primeiro á cabeça	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
@portalg1	23,9%	27,1%	20,2%	21,9%	27,2%	23,4%	19,9%	23,5%	25,5%	24,3%	23,7%	23,2%	31,1%	27,2%	21,1%	23,9%
@viveremsantoseregiao	16,0%	16,9%	15,1%	12,5%	15,3%	17,9%	17,1%	15,8%	17,0%	13,6%	16,6%	15,9%	17,8%	21,1%	14,3%	13,1%
@atribunasaantos	7,4%	6,3%	8,6%	6,3%	7,0%	9,9%	5,7%	7,2%	8,0%	4,5%	7,9%	6,3%	18,9%	9,5%	8,3%	4,2%
@tvtribuna	4,9%	5,6%	4,1%	6,3%	4,9%	5,5%	3,7%	4,7%	5,7%	4,0%	5,0%	4,9%	4,4%	4,6%	5,0%	5,1%
@diariodolitral	3,2%	2,5%	4,1%	2,3%	3,4%	2,9%	3,7%	3,2%	3,3%	3,4%	3,2%	3,2%	3,3%	2,1%	3,8%	3,6%
@vivendoemsantos	2,3%	1,8%	2,9%	3,9%	2,4%	1,8%	1,6%	2,5%	1,4%	1,7%	2,3%	2,3%	2,2%	2,1%	1,8%	3,0%
@thmaisband	1,2%	1,4%	1,0%	1,6%	1,2%	1,5%	0,8%	1,4%	0,5%	1,1%	1,3%	1,3%	0,0%	0,3%	2,0%	1,2%
@santoscidade	0,9%	1,2%	0,6%	0,8%	1,5%	1,1%	0,0%	0,9%	0,9%	0,6%	1,0%	0,9%	1,1%	0,6%	1,3%	0,9%
@jornaldaoria	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,9%	0,6%	0,1%	0,2%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%
@juicysantos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sei dizer	40,0%	36,9%	43,6%	44,5%	36,9%	36,1%	47,2%	40,8%	36,8%	46,3%	39,0%	41,8%	21,1%	32,1%	42,2%	45,1%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P14.

Quando você busca informações rápidas, e com conteúdo com credibilidade, sobre a sua cidade/região nas redes sociais, tipo Instagram e Facebook, qual desses veículos/páginas/grupos de comunicação você mais confia?



O levantamento do Instituto Badra buscou saber se as pessoas costumam confiar nas notícias a que têm acesso e em qual das fontes locais mais confiam. Na Baixada Santista, jornal **A Tribuna e G1** aparecem como as fontes **mais confiáveis** de informação para expressivos **58% dos entrevistados**. E aqui um dos aspectos mais reveladores da pesquisa: **confiança ainda tem muito a ver com o contato físico e o olho no olho**, o que em geral é o que a televisão mais assegura em comparação aos demais meios e veículos, e muito por isso A Tribuna e Record Litoral estão entre os mais citados.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P14.

Quando você busca informações rápidas, e com conteúdo com credibilidade, sobre a sua cidade/região nas redes sociais, tipo Instagram e Facebook, qual desses veículos/páginas/grupos de comunicação você mais confia?

14. Veículo de comunicação regional em que mais confia	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
A Tribuna/G1	58,0%	62,0%	53,4%	45,3%	58,7%	61,3%	59,8%	57,1%	61,8%	61,6%	57,4%	56,7%	72,2%	73,4%	48,5%	54,3%
Record Litoral	11,7%	11,8%	11,6%	5,5%	13,8%	12,0%	11,0%	11,7%	11,8%	10,2%	12,0%	12,1%	7,8%	4,9%	18,8%	9,9%
Viver em Santos	3,7%	3,9%	3,5%	6,3%	3,9%	4,0%	1,6%	3,7%	3,8%	5,6%	3,2%	3,8%	2,2%	3,4%	3,3%	4,5%
TH+ Band	3,5%	2,6%	4,5%	6,3%	2,7%	2,9%	4,1%	4,4%	0,0%	4,0%	3,4%	3,8%	0,0%	1,8%	5,0%	3,3%
SBT/VTM	2,7%	2,1%	3,5%	2,3%	2,7%	2,9%	2,8%	2,9%	1,9%	2,8%	2,7%	3,0%	0,0%	1,5%	3,5%	3,0%
Diário do Litoral	1,3%	1,1%	1,6%	1,6%	2,4%	0,0%	0,8%	1,2%	1,9%	0,6%	1,5%	1,3%	1,1%	0,9%	1,5%	1,5%
Santa Cecília	0,7%	0,4%	1,0%	0,8%	0,7%	0,4%	0,8%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%	0,6%	1,1%	0,3%	1,0%	0,6%
Jornal da Orla	0,4%	0,4%	0,4%	0,0%	0,5%	0,0%	0,8%	0,1%	1,4%	0,6%	0,3%	0,2%	2,2%	0,6%	0,0%	0,6%
Costa Norte/TV Cultura	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sei dizer	18,0%	15,8%	20,6%	32,0%	14,6%	16,4%	18,3%	18,2%	17,5%	14,7%	18,7%	18,5%	13,3%	13,1%	18,3%	22,4%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

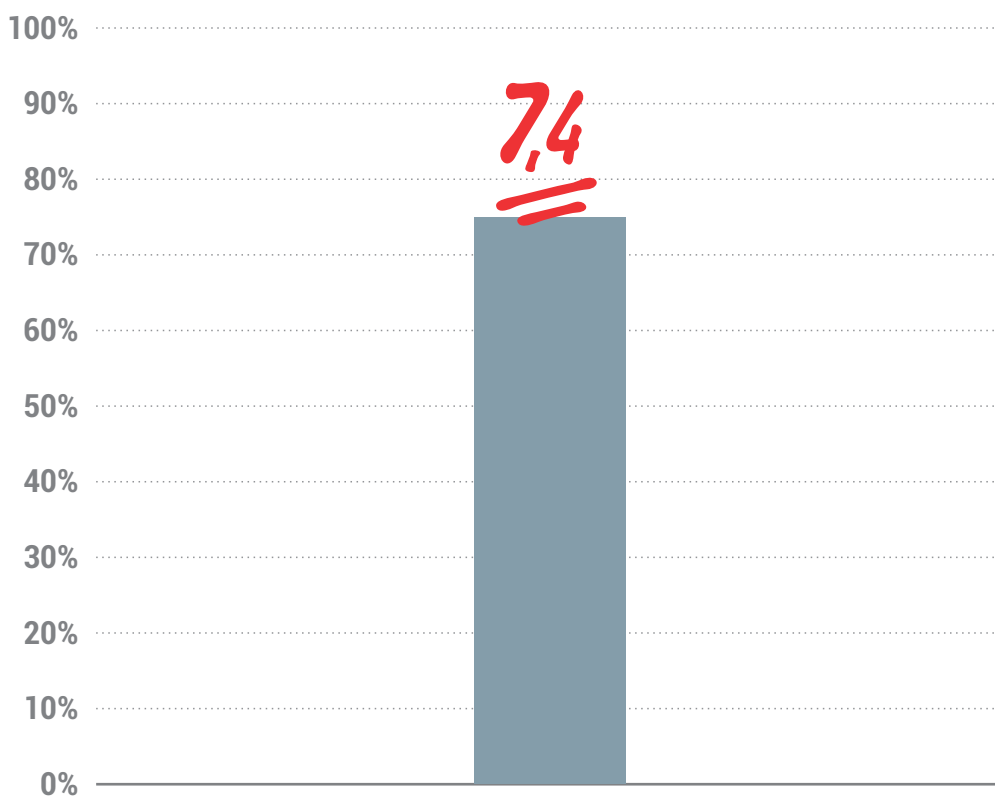
Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Nota média

P15.

Pensando em uma escala de 0 a 10, onde 0 é a pior nota e 10 a melhor nota, que nota você daria para a **qualidade do conteúdo jornalístico produzido pelos veículos de comunicação da Baixada Santista?**

Resposta única e espontânea



Uma nota final, média, **7,4**, que tem tudo para ser motivo de comemoração entre empresários e profissionais que produzem comunicação na Baixada Santista. **Do total de 2.120 pessoas entrevistadas, 502 - o que equivale a 1/4 - atribuíram nota 10 à qualidade do conteúdo produzido pelos veículos da região**, o maior quantitativo, seguido da nota 8, resposta de exatas 486 pessoas. Na outra ponta, a quantidade de notas 0 e 1, somadas, foram dadas por apenas 56 entrevistados.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Nota média

P15.

Pensando em uma escala de 0 a 10, onde 0 é a pior nota e 10 a melhor nota, que nota você daria para a **qualidade do conteúdo jornalístico produzido pelos veículos de comunicação da Baixada Santista?**

Resposta única e espontânea

15. Avaliação dos veículos da Baixada - QUALIDADE do conteúdo jornalístico	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
ZERO	2,3%	1,6%	3,1%	0,0%	2,9%	1,8%	2,8%	2,0%	3,3%	3,4%	2,1%	1,6%	8,9%	1,2%	2,8%	2,7%
HUM	0,4%	0,5%	0,2%	0,8%	0,0%	0,4%	0,8%	0,2%	0,9%	0,6%	0,3%	0,3%	1,1%	0,6%	0,3%	0,3%
DOIS	0,5%	0,2%	0,8%	0,0%	0,7%	0,4%	0,4%	0,2%	1,4%	0,0%	0,6%	0,3%	2,2%	0,6%	0,3%	0,6%
TRÊS	1,8%	1,4%	2,2%	3,9%	1,9%	1,5%	0,8%	1,9%	1,4%	0,6%	2,1%	1,5%	4,4%	1,8%	1,5%	2,1%
QUATRO	1,4%	1,6%	1,2%	0,8%	1,2%	2,6%	0,8%	1,7%	0,5%	2,3%	1,3%	1,5%	0,0%	0,6%	2,5%	0,9%
CINCO	5,8%	5,4%	6,1%	8,6%	4,1%	7,3%	5,3%	5,5%	6,6%	5,6%	5,7%	5,6%	7,8%	4,9%	7,0%	5,1%
SEIS	5,2%	4,0%	6,5%	10,9%	3,6%	4,7%	5,3%	5,1%	5,7%	6,2%	4,9%	5,3%	4,4%	4,9%	5,5%	5,1%
SETE	14,1%	12,7%	15,7%	19,5%	15,5%	9,9%	13,4%	13,9%	14,6%	15,3%	13,8%	13,9%	15,6%	13,5%	14,8%	13,7%
OITO	22,9%	23,6%	22,2%	14,8%	25,0%	24,1%	22,4%	23,8%	19,3%	18,6%	23,9%	23,2%	20,0%	24,5%	22,4%	22,1%
NOVE	16,7%	18,3%	14,9%	12,5%	17,2%	17,9%	16,7%	16,9%	16,0%	15,8%	16,7%	17,1%	12,2%	18,3%	15,1%	17,0%
DEZ	23,7%	25,8%	21,2%	14,8%	23,1%	24,5%	28,5%	22,9%	26,9%	28,8%	22,8%	24,1%	18,9%	25,7%	21,9%	23,9%
Não sei avaliar	5,3%	4,9%	5,9%	13,3%	4,6%	5,1%	2,8%	5,9%	3,3%	2,8%	5,9%	5,5%	4,4%	3,4%	6,0%	6,6%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

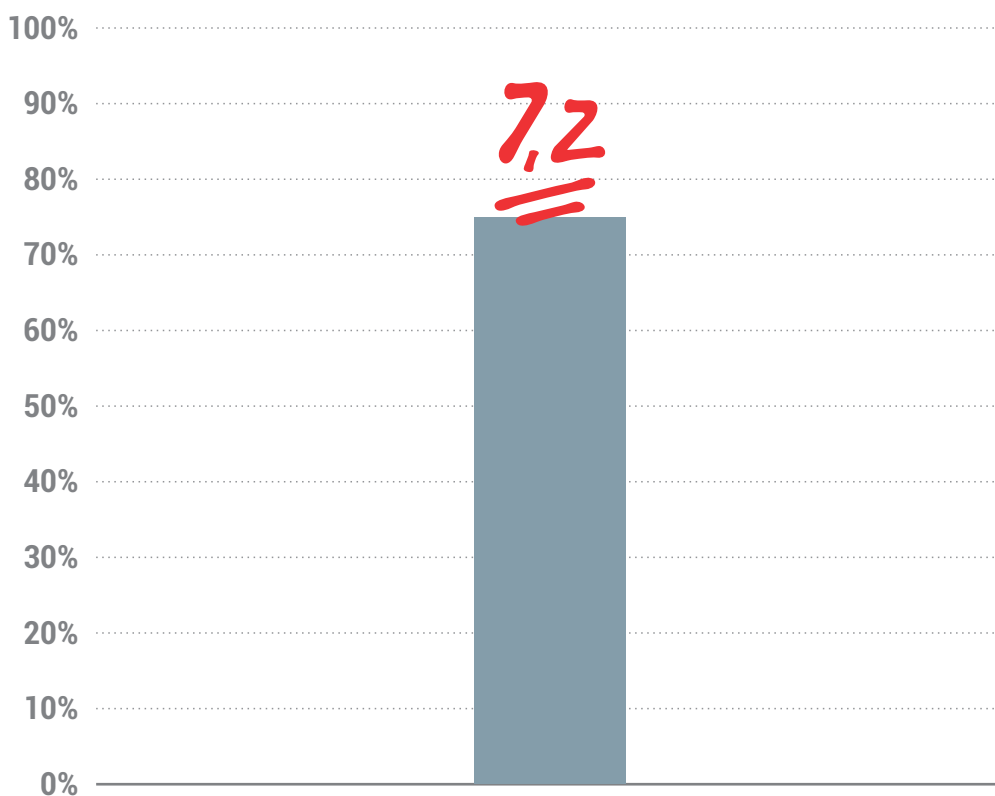
Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P16.

Pensando em uma escala de 0 a 10, onde 0 é a pior nota e 10 a melhor nota, que nota você daria quanto a credibilidade do conteúdo jornalístico produzido pelos veículos de comunicação da Baixada Santista?

Resposta única e espontânea



A plataforma do Instituto Badra permite o cruzamento entre perguntas. Em relação à credibilidade, foi possível cruzar - utilizando as bases de respostas das perguntas P16 e P14 - a quantidade, por exemplo, de notas 10 por grupo de comunicação/veículo. **A Tribuna/G1 alcançaram 322 notas 10, das 492 possíveis, 65,4% do total.** Em tempos de fake news e de uma certa crise de credibilidade na relação entre quem produz e quem consome informação, a **nota 7,2** também deve ser encarada como um **diferencial positivo das empresas e profissionais que atuam na BS.**

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Redes sociais

P16.

Pensando em uma escala de 0 a 10, onde 0 é a pior nota e 10 a melhor nota, que nota você daria quanto a credibilidade do conteúdo jornalístico produzido pelos veículos de comunicação da Baixada Santista?

Resposta única e espontânea

16. Avaliação dos veículos da Baixada - CREDIBILIDADE do conteúdo jornalístico	Total	Gênero		Faixa etária				Escolaridade		Ocupação		Renda		Religião		
		Feminino	Masculino	16 a 24	25 a 44	45 a 59	60 ou +	Até Ensino Médio	Superior	População não ocupada	População ocupada	Até R\$ 7,5 mil	+ de R\$ 7,5 mil	Católica	Evangélica	Outras
ZERO	3,4%	2,5%	4,5%	0,0%	3,6%	4,0%	4,1%	2,9%	5,2%	4,0%	3,3%	2,9%	8,9%	2,1%	3,8%	4,2%
HUM	0,5%	0,7%	0,2%	0,8%	0,2%	0,7%	0,4%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,3%	2,2%	0,9%	0,3%	0,3%
DOIS	1,1%	0,7%	1,6%	0,0%	1,9%	1,1%	0,4%	1,1%	1,4%	0,0%	1,3%	1,0%	2,2%	0,6%	1,0%	1,8%
TRÊS	1,5%	1,1%	2,0%	3,9%	0,7%	1,5%	1,6%	1,7%	0,9%	1,7%	1,4%	1,3%	3,3%	1,5%	1,8%	1,2%
QUATRO	2,0%	1,9%	2,0%	1,6%	1,9%	2,2%	2,0%	1,5%	3,8%	0,6%	2,3%	2,1%	1,1%	1,8%	2,0%	2,1%
CINCO	7,5%	7,4%	7,5%	7,8%	7,0%	9,9%	5,3%	7,5%	7,1%	6,8%	7,5%	7,2%	10,0%	6,1%	8,5%	7,5%
SEIS	5,2%	4,2%	6,3%	9,4%	4,4%	4,7%	4,9%	5,0%	6,1%	5,1%	5,2%	5,5%	2,2%	4,6%	6,0%	4,8%
SETE	12,9%	11,4%	14,7%	18,8%	13,6%	8,4%	13,8%	12,5%	14,6%	14,7%	12,6%	12,7%	15,6%	13,5%	14,3%	10,7%
OITO	21,8%	23,2%	20,2%	20,3%	24,0%	20,1%	20,7%	22,8%	17,9%	20,9%	22,1%	22,1%	18,9%	23,2%	20,4%	22,1%
NOVE	15,6%	16,9%	14,1%	9,4%	16,0%	18,2%	15,0%	15,7%	15,1%	14,7%	15,6%	15,8%	13,3%	17,4%	14,8%	14,6%
DEZ	23,2%	24,8%	21,4%	14,8%	21,8%	24,5%	28,5%	22,9%	24,5%	28,2%	22,3%	23,7%	17,8%	25,1%	21,1%	23,9%
Não sei avaliar	5,4%	5,3%	5,5%	13,3%	4,6%	4,7%	3,3%	6,0%	2,8%	2,8%	5,9%	5,5%	4,4%	3,1%	6,0%	6,9%
Base	2120	1138	982	256	824	548	492	1696	424	354	1756	1940	180	654	796	670

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.

Algumas considerações

O levantamento realizado pelo Instituto Badra traz com absoluta clareza que o público da Baixada Santista, consumidor de informação, vem recorrendo, e cada vez mais, às redes sociais, como o principal meio para se manter informado: no universo online! Os meios tradicionais, o que inclui a televisão, continuam perdendo espaço/audiência/preferência. Mas inclui também, e quem diria, os sites e portais de notícias cujo acesso direto é cada vez menor.

Aliás, um bom debate a se estabelecer é o quanto o público consumidor na prática busca ou "é buscado". Qual é efetivamente o papel dos algoritmos no processo atual de informação? E qual exatamente a diferença de importância entre buscar ou ser buscado, se cada vez mais as ferramentas impõem até mesmo uma espécie de busca personalizada, inibindo o acesso a conteúdos com os quais, necessariamente, e ainda que por vezes, não concordamos?

Conteúdos produzidos por jornalistas ou por celebridades? Por editores ou por influenciadores? O que vende mais? O que circula mais? O que tem chegado mais ao público? E o que o público realmente quer e deseja? O crescimento desenfreado das redes sociais como o meio preferido para acessar informação coloca em xeque o papel do jornalismo que é, entre outros, o de mediar a pluralidade de visões e opiniões contribuindo para um debate público menos enviesado. As redes fazem justamente o contrário!

Do ponto de vista regional, a pesquisa Badra confirma o amplo domínio de A Tribuna, parceiro do maior grupo de comunicação do país que é a Rede Globo. **A Tribuna** detém não só fatia importante da preferência, mas também da preferência qualificada, digamos assim, quando o tema é produção e disseminação de conteúdo com credibilidade. E a produção lá, gostemos ou não, todos nós conhecemos: **é feita sim por profissionais do jornalismo e da comunicação**. Destaque meritório à página **@viveremsantoseregiao** pois é a única que vem dando sinais de estar furando a bolha.

Foram ouvidos 2.120 moradores das cidades de Santos, São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão, nos dias 26, 27 e 28 de maio, em diferentes pontos de fluxo. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95%.



**Pesquisa de avaliação
sobre o consumo de informação
na Baixada Santista**

Badra



www.badracomunicacao.com.br



@badracomunicacao



@badracomunicacao