

## 'A mídia tem que mostrar soluções'

Sandrine Lage

por Martha Neiva Moreira



*Para pesquisadora, conceito de sustentabilidade ainda é difícil de ser entendido*

Em pleno século XXI, as empresas de mídia se veem diante de um dilema: como disseminar uma nova consciência, necessária para a sobrevivência do planeta, se seu negócio é feito com base num modelo civilizatório que, embora atual, precisa ser revisto? A partir desta premissa, a jornalista portuguesa **Sandrine Large** questiona, no livro "O poder de (in) formar", a relação da imprensa com a sustentabilidade. A obra foi lançada semana passada, em São Paulo, e mostra que não há solução fácil para a missão que o setor tem pela frente. Mas há caminhos e Large traz exemplos, como o do jornal inglês "The Guardian", seu objeto de estudo na Universidade de Cranfield, Inglaterra.

**O GLOBO: Como você avalia a cobertura de temas relacionados à sustentabilidade nos principais jornais mundiais?**

**SANDRINE LAGE:** A questão ainda está ausente da cobertura da imprensa de uma forma geral. O conceito ainda é difícil de ser entendido e exige um investimento por parte dos jornalistas, em qualificação, para que as informações sejam passadas com qualidade.

**O GLOBO: O que você chama de informação de qualidade quando se trata deste tema? LAGE:** As coberturas não são aprofundadas e destacam muito mais os aspectos ambientais, quando a parte econômica, por exemplo, é fundamental. O conceito de sustentabilidade é amplo, e qualidade é poder expressar na cobertura o olhar sobre os três aspectos que o constituem: ambiental, social e econômico.

**O GLOBO: E como isso é feito no "The Guardian?"**

**LAGE:** O tema é transversal a todas as editoriais. A cobertura é feita sob o foco da sustentabilidade. Além disso, há na redação especialistas em temas ligados ao conceito. Quando estive lá, eram 12 profissionais. E há também uma espécie de editor, responsável pelo foco na sustentabilidade.

**O GLOBO: Você diz que o “Guardian” também adota práticas sustentáveis. Quais são?**

**LAGE:** Os gestores cortaram viagens frequentes para diminuir emissões. Eles também criaram metas de reflorestamento e contribuem com mais vegetação para o planeta. Fizeram adaptações para reduzir consumo de água e energia no prédio. O jornal faz gestão de resíduos e também incentiva uso de bicicleta.

**O GLOBO: E na gestão dos profissionais, o que você destacaria?**

**LAGE:** Eles trabalham em conjunto, quer em nível editorial, como em outros setores. As equipes criam soluções de forma conjunta e, se não dão certo, assumem os erros e corrigem. Isso, associado às ações ambientais, cria uma relação de confiança com os leitores e com a equipe de profissionais muito forte.

**O GLOBO: Como o jornal se relaciona com os anunciantes?**

**LAGE:** Durante a minha pesquisa houve anúncios recusados por expressarem conteúdos que iam contra os valores que o jornal acreditava. Mas isso só é possível porque o jornal não tem o foco no lucro, pertence a um grupo que tem outras empresas e podem mantê-lo.

**O GLOBO: De que forma o “The Guardian” expressa a responsabilidade de países ricos, como Inglaterra, na disseminação do atual modelo civilizatório?**

**LAGE:** Na Europa a abordagem tem sido mais independente neste sentido. Há uma consciência da necessidade de informar a população de que são, sim, responsáveis, mas que também podem ajudar a buscar soluções.

**O GLOBO: Que práticas sustentáveis você adota na sua rotina?**

**LAGE:** Cresci com valores ligados à ecologia. Andava de bicicleta ou a pé, o que continuo fazendo. Consumo em Portugal, onde moro, orgânicos e busco comprar apenas produtos estritamente necessários em embalagens. Não compro nada estrangeiro no país que estou visitando. Costumo reaproveitar tudo e tenho o cuidado de não desperdiçar água e energia.

**O GLOBO: Qual o futuro da mídia?**

**LAGE:** A mídia precisa mudar, mas temos que mudar com ela. Não dá para separar o aspecto social do profissional. Na base de tudo está uma ética que o jornalista de vanguarda precisa ter: a de apresentar soluções.

**Fonte: Razão Social, Rio de Janeiro, n. 95, p. 7, 18 maio 2010.**