



pelo desenvolvimento sustentável

sandrine lage  
msc design for sustainability cranfield (uk)



# preocupação ecológica: no caminho da transmutação na forma de estar no Mundo

apresentação das conclusões do estudo de caso - jornal britânico *The Guardian*

POR SANDRINE LAGE – Maio de 2010, São Paulo



Espaço para viver, para humanos, como para outras espécies. É este o grande tópico do século 21. Nos países desenvolvidos, vivemos como se tivéssemos 3 planetas e não 1

WORLD WILD FUND, 2006

Educar a sociedade, de modo a melhorar o futuro, mas, também, incitar os governos e as empresas a agir no presente, é uma das metas da UNESCO, no contexto da Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável – prevista de atingir até 2014

UNESCO



pelo desenvolvimento sustentável

introdução



## PAPEL DE VANGUARDA PRECISA-SE

**mídia:** força indispensável para  
a transformação da superestrutura



pelo desenvolvimento sustentável

introdução



## aspectos paradoxais analisados no livro

- mercado de consumo
- aprisionamento ideológico às premissas do desenvolvimento insustentável
- natureza empresarial da actividade da mídia (focada no lucro)



Efetivamente, se mudarmos para padrões mais sustentáveis de produção e consumo, o setor da mídia e do entretenimento irá precisar de desempenhar um papel central – **educando, informando e capacitando**. Sem a ajuda da mídia, as empresas e os governos não estarão a receber os sinais que necessitam para estarem aptos a disponibilizar produtos, serviços e políticas mais sustentáveis

SUSTAINABILITY and WWF, 2004

**imprensa:** contribuição substancial para comunicar a sustentabilidade

**estudo de caso:** jornal diário britânico **the guardian**



“Não pode haver democracia sem informar os cidadãos. Não pode haver cidadãos informados sem qualidade de notícias na mídia”

**CLAUDE-JEAN BERTRAND**

professor no Instituto Francês de Imprensa

“Quase todos os leitores de “diários de qualidade” têm uma opinião formada sobre a temática mais importante enfrentada pelo país de cada um, ao contrário de leitores de outros jornais diários – 26 % dos quais declararam não saber –”

**MORI *You are what you read?***

10,000 entrevistas realizadas, em 2005, no Reino Unido



pelo desenvolvimento sustentável

## introdução



1. Se audiência ou tiragem angariam mais anúncios voltados ao consumismo, como pode a mídia criticar a **sociedade de consumo**?
2. Se o próprio sucesso de um veículo está mais ligado a notícias sensacionalistas, como ser o **valor de uma nova consciência**?
3. Quando o próprio surgimento da mídia como negócio é fruto de valores da sociedade insustentável, como pode disseminar uma profunda revisão desses mesmos **valores e ética**?
4. Se a natureza da mídia é empresarial, pode exercer plenamente o seu **papel informativo e educacional**?



pelo desenvolvimento sustentável

introdução



# REVOLUÇÃO PRECISA-SE

1. colaboração de indivíduos e Nações no pensar e agir
2. pertencimento além-fronteiras ou além das individualidades
3. reconhecimento do planeta como casa-comum
4. ajustamento em nosso entendimento do que é o bem-estar e a justiça social
5. redefinição do conceito de sucesso e de realização pessoal

busca de um novo Ethos



pelo desenvolvimento sustentável

metodologia



### ***mídia***

impacto dos *mídia* no público em geral  
ABORDAGENS PARA COMUNICAR A AGENDA DA SUSTENTABILIDADE

### **imprensa**

abordagem mais aprofundada  
IDENTIFICAÇÃO DOS FIOS CONDUTORES NO SECTOR  
NA COMUNICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE

### ***case - study***

*The Guardian*  
SUGESTÕES DE INTERVENÇÃO  
POR MEIO DA IDENTIFICAÇÃO  
DE MELHORES PRÁTICAS  
E PROJETOS

estrutura geral





pelo desenvolvimento sustentável

atividade de *research*



# NOVO MODELO PROCURA-SE QUE PASSE EM ECONOMIA COMO EM ECOLOGIA

1. *Green New Deal* (economia verde)\*
2. Adopção de novos Indicadores (**qualidade de vida**), além do PIB

novas soluções?

\*projecto encabeçado pelo economista indiano Pavan Sukhdev, que pretende atingir 4 objectivos: reavivar a economia mundial e proteger os mais vulneráveis; reduzir a dependência do carbono, a degradação do ecossistema e a escassez de água; eliminar a pobreza persistente até 2025; cumprir as metas do milénio.



pelo desenvolvimento sustentável

atividade de *research*



criação de uma estrutura genérica

**objetivo**



resumir o critério de avaliação da sustentabilidade

abordagem de todo o sistema



**editorial** (cobertura + pesquisa com os leitores)



**gestão** (cultura)

sugestão dos seguintes modelos:

- global reporting initiative
- media manifesto sustainAbility



- ✓ A mídia entra na nossa vida todos os dias. É o que lemos, o que ouvimos e vemos. Paralelamente, por meio da sua próxima relação com os anunciantes, também exerce uma influência poderosa nas decisões que tomamos, quanto aos produtos que compramos e às questões que colocamos ao fazermos as nossas escolhas diárias

SUSTAINABILITY AND WWF, 2004

- ✓ Diariamente, a cada hora que passa, a mídia apresenta uma visão extremamente conflituaosa com o argumento da “sustentabilidade”

JOHN LANE, 2004

como pode a **mídia** garantir um **> impacte** em relação à **sustentabilidade?**



pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
**editorial**



ELISABETH RIBBANS  
EDITOR OF THE GUARDIAN

*Dedicamos mais recursos  
à sustentabilidade do que  
qualquer outro grupo de imprensa:  
contamos com uma dúzia  
de jornalistas para assegurar  
a cobertura de vários tópicos,  
especialistas ou comentadores.*

*“O ano de 2007  
representou uma evolução enorme  
da abordagem da imprensa em relação  
às temáticas da sustentabilidade.  
A urgência do tema, uma disseminação  
mais vasta dos conceitos,  
bem como a adesão das empresas  
e a preparação dos jornalistas  
foram os fatores que levaram a um  
salto significativo na qualidade”*

RICARDO YOUNG  
PRESIDENTE  
DO INSTITUTO ETHOS

**hoje em dia, os stakeholders comunicam mais do que nunca sobre sustentabilidade.**



pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
**editorial**



## classificação da cobertura do *The Guardian* pelos leitores

	the guardian (%)
justiça social	83
alterações climáticas	81
biodiversidade e conservação	71
desenvolvimento internacional	66
turismo sustentável	49

### o que há de novo sobre a cobertura editorial da sustentabilidade?



pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
**editorial**



**acredita que a cobertura do *The Guardian* o leva a desempenhar um papel  
mais ativo na sociedade das seguintes formas?**

comentar com colegas assuntos abordados no jornal ou no website	<b>80</b>
boicotar alguns produtos / marcas	<b>59</b>
assinar uma petição	<b>41</b>
doar / angariar dinheiro para ações de solidariedade social	<b>33</b>
fazer campanha sobre um determinado assunto	<b>21</b>
escrever ao primeiro ministro / políticos	<b>24</b>
marcar presença numa demonstração	<b>20</b>
participar num blog	<b>13</b>
escrever ao editor	<b>12</b>
tornar-se voluntário numa organização de solidariedade social	<b>11</b>
não, a cobertura não me levou a desempenhar um papel mais ativo	<b>11</b>



pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
**editorial**



**acredita que a cobertura editorial do *The Guardian***

**influencia o seu comportamento em relação a:**

poupar energia	74
reciclar /reutilizar	71
recorrer a alternativas ecológicas	70
investir em <i>fair-trade</i> (comércio justo)	68
consumir alimentos biológicos	56
reduzir as viagens de automóvel	40
optar por investimentos éticos	39
reduzir os voos	34
utilizar fontes de energia alternativas	33
pagar a <i>compensação</i> de co2	22



pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
**editorial**



**concorda com as seguintes declarações sobre a cobertura editorial  
(% concordância ligeira ou forte)?**

as notícias são de confiança	<b>84</b>
apresenta uma variedade de perspectivas	<b>79</b>
traz informação ao domínio público	<b>76</b>
dá a voz a grupos sub-representados	<b>60</b>
a cobertura de notícias é imparcial	<b>53</b>



as grandes questões são o mais importante  
acerca do que representa o setor da mídia,  
os seus **objetivos** e ambições  
e o **impacte** dos seus produtos  
e serviços no mundo

- como é que a mídia contribui para a sociedade e para o ambiente?
- é possível auditar a parte “editorial”?
- os *stakeholders* apoiam ou impedem os esforços para atingir a mudança de comportamentos?
- será que produzir mais do mesmo (comunicação) será o suficiente?

**como melhorar a forma como a sustentabilidade é comunicada?**

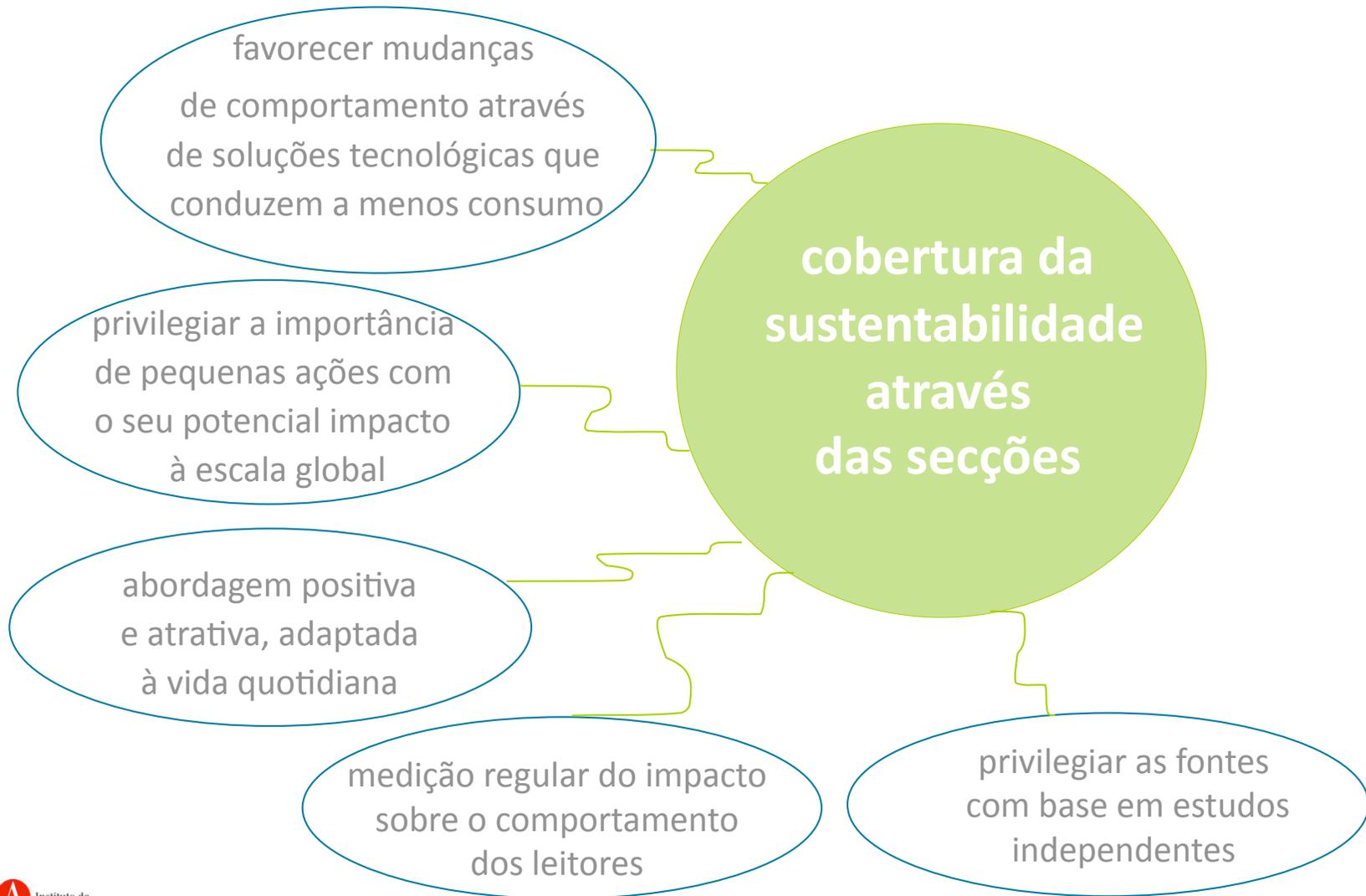


pelo desenvolvimento sustentável  
resultados chave e análise:  
gestão



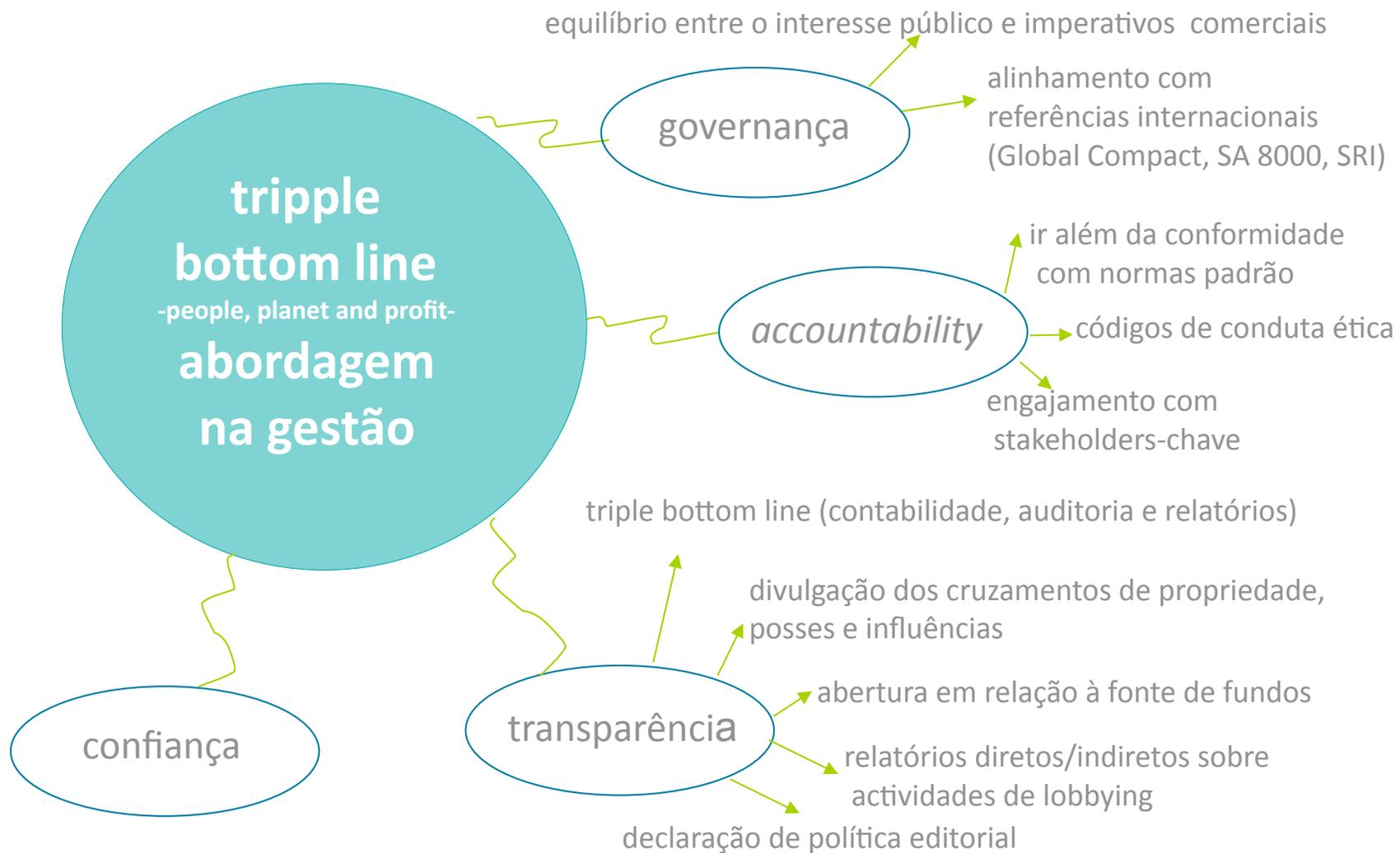


pelo desenvolvimento sustentável  
recomendações:  
editorial





pelo desenvolvimento sustentável  
recomendações:  
gestão





pelo desenvolvimento sustentável

conclusões



**a integração é a chave**





pelo desenvolvimento sustentável  
slage@sperantia.pt  
www.sperantia.pt



“Que o amanhã seja o que nós decidimos fazer e não o que o tempo decidirá por nós”

Nicolas Hulot

muito obrigada à IEA,  
em particular ao Prof. Renato Janine Ribeiro!