

**ENTREVISTA DE SERGIO MATTOS CONCEDIDA
À REDE ETHOS DE JORNALISTAS EM DEZEMBRO DE 2005
SOBRE MÍDIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL (A entrevista foi
disponibilizada no Portal InternEthos).**

O entrevistado desta edição, Sérgio Mattos, é professor, escritor, jornalista, poeta, compositor e um dos sete integrantes do Comitê Consultivo da Rede Ethos de Jornalistas. Nascido em Fortaleza, mas com residência em Salvador há mais de 40 anos, Mattos atualmente exerce a função de diretor e coordenador dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas das Faculdades Integradas Ipitanga, no município de Lauro de Freitas - BA e já ocupou a função de editor de suplementos do jornal A Tarde.

Acaba de lançar o seu 26º livro "*Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no mundo*", em que aborda a história da comunicação social em vários países identificando os constantes conflitos originados pela censura. Em entrevista para a Rede Ethos de Jornalistas, ele fala sobre algumas dificuldades da mídia e das empresas em entender a responsabilidade social empresarial e de como o profissional de comunicação pode incorporar este conceito em suas tarefas diárias.

"Ter responsabilidade social não é uma escolha, é um dever de todo cidadão. É dever do cidadão cumprir o seu papel de tornar menos desigual a sociedade na qual está inserido", destaca.

Rede Ethos de Jornalistas - Como começou seu envolvimento com a responsabilidade social empresarial?

Sérgio Mattos - Meu interesse pela responsabilidade social começou nos anos 70, quando comecei a ministrar a disciplina "Ética Jornalística", no

Curso de Jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA). De lá para cá, também no exercício diário de jornalista, passei a dar uma atenção especial aos compromissos da mídia com a educação e com o meio ambiente. Entretanto, devo destacar aqui que a responsabilidade social não pode ser parcial, ela exige a participação e o engajamento de todos e de forma integral. Como se costuma afirmar, "voluntariado é engajamento cívico", mas para que este exercício da cidadania seja praticado conscientemente, devemos ter em mente que a responsabilidade social é, antes de tudo, uma responsabilidade do indivíduo e não das empresas e do Estado. Ter responsabilidade social não é uma escolha, é um dever de todo cidadão. É dever do cidadão cumprir o seu papel de tornar menos desigual a sociedade na qual está inserido. Este engajamento, individual ou coletivo - por meio de uma empresa, seja seu dirigente máximo ou um simples funcionário, deve ser direcionado para a promoção do desenvolvimento sustentável.

Rede Ethos de Jornalistas – Você tem acompanhado a cobertura da mídia sobre o tema? Qual é sua avaliação?

Mattos - Sim. Na minha opinião, apesar de ainda muito tímido, tem crescido o interesse e o compromisso dos veículos e, principalmente, dos profissionais de comunicação por este tema.

Rede Ethos de Jornalistas - Qual é a importância da mídia para fazer avançar este movimento?

Mattos - A responsabilidade social é um tema que vem sendo analisado e debatido por estudiosos e profissionais da própria mídia (jornalistas, relações públicas e publicitários). Se uma empresa socialmente responsável é aquela que está empenhada em construir uma relação ética, transparente e solidária com os mais diversos públicos, o profissional de

Comunicação Social é aquele que incorpora práticas responsáveis na elaboração de suas tarefas diárias. É aquele profissional que busca divulgar e estabelecer condições para a sustentabilidade da sociedade, estimulando o exercício da cidadania e lutando sempre pela melhora da qualidade de vida da população e de sua saúde e em defesa do meio ambiente. Por isso, a cidadania que a mídia e os profissionais de comunicação, principalmente os jornalistas, devem defender é aquela da integração e do respeito pleno do homem para com a natureza. Só assim conseguiremos fazer avançar o movimento, conscientizando a todos.

Rede Ethos de Jornalistas - Você acredita que as empresas situadas no Nordeste estão de fato envolvidas com esta forma de gestão ou se trata apenas de uma ação de marketing?

Mattos - Quanto às empresas situadas no Nordeste, de um modo geral não podemos afirmar que estejam totalmente envolvidas, pois ainda encontramos muitas que exploram o trabalho infantil, trabalho escravo e, principalmente, contribuem para a destruição do meio ambiente. No que diz respeito às empresas de mídia – tanto eletrônica como impressa mais especificamente – podemos dizer que já se pode detectar um movimento positivo em direção ao compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, tendo em vista que a quantidade de matérias de conscientização da população e de denúncias contra os abusos têm sido mais freqüentes. Em síntese, baseado na simples observação e acompanhamento dos noticiários específicos, posso afirmar que, apesar dos temas relacionados à responsabilidade social ocuparem hoje grandes espaços na mídia, a cobertura jornalística ainda é muito deficiente, pois mascara a realidade do setor. O jornalismo minimiza os problemas e se

limita muitas vezes a cobrar soluções paliativas. Estamos precisando de uma atuação mais precisa e sistemática.

Rede Ethos de Jornalistas - Quais são as maiores dificuldades para que o tema seja compreendido e entre na pauta cotidiana?

Mattos - A maior dificuldade que se pode constatar ainda é a falta de consciência de alguns profissionais e os comprometimentos, econômico-financeiro, das empresas de mídia regional com alguns de seus anunciantes que não ainda não estão devidamente comprometidos com a responsabilidade social. Para vencermos estes obstáculos, acredito que é necessário um trabalho sistemático de conscientização dos profissionais da mídia e dos empresários nordestinos. É necessário também que as pessoas envolvidas no processo passem a sugerir pautas criativas e viáveis para os veículos de comunicação. Aqui vale destacar que compete ainda ao profissional de imprensa consciente diversificar as fontes ouvidas; preservar as informações que são protegidas por lei; levantar informações extra-oficiais que sirvam para ilustrar e esclarecer melhor os fatos a serem divulgados; ressaltar a importância dos fatos sem barreiras e preconceitos; indicar estratégias e soluções e não se limitar apenas a realizar denúncias; dar visibilidade aos fatos e realizações que sejam positivas; atuar como agente fortalecedor das ações; assumir uma postura crítica para refletir sobre a importância desse novo modelo de gestão; acompanhar as ações governamentais e não-governamentais nos mais variados setores relacionados com as Metas do Milênio; e, praticar um jornalismo sério comprometido com a ética e com a busca da verdade. Em síntese, precisamos, como profissionais de Comunicação Social, estar preparados para lidar com assuntos delicados tais como: corrupção pública ou privada, exploração do trabalho infantil, trabalho escravo, violência contra a mulher, abuso sexual de crianças e adolescentes, saúde pública e

principalmente dos direitos do cidadão. A prática jornalística tem um compromisso ético com a busca da objetividade e da verdade visando a construção e a preservação da cidadania.

Rede Ethos de Jornalistas - Fale sobre o seu livro "*Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no mundo*". Existe alguma conexão entre esta discussão e a dificuldade dos veículos de comunicação de incorporarem o conceito de responsabilidade social?

Mattos - "*Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no mundo*", publicado pela Editora Paulus, de São Paulo, é o meu 26º livro. Nele, abordo a história da comunicação social em vários países identificando os constantes conflitos originados pela censura. No Brasil, o controle exercido sobre a mídia, seja ele econômico, político ou policial, existe desde o início do jornalismo e se mostrou mais agressivo em determinados momentos históricos, como no período da ditadura militar. Neste livro procuro resgatar a história dessa censura no Brasil e no mundo, analisando os instrumentos de controle, as leis e a estrutura dos meios de comunicação. A influência estrangeira, a concentração da mídia nas mãos de poucas pessoas, a orientação para o lucro, a dependência de subsídios e isenções oficiais, a localização nos grandes centros e diversos outros fatores abordados mostram como o jornalismo ainda hoje se sente dependente e de certo modo censurado, seja externa ou internamente. A crítica a todos estes elementos é essencial, pois a liberdade de imprensa é imprescindível para a construção de uma sociedade democrática e livre. Assim sendo, não tenho dúvidas de que existe uma relação direta entre a discussão da censura e da liberdade de imprensa com as dificuldades dos veículos de comunicação incorporarem o conceito de responsabilidade social. Isto porque para que a imprensa e os jornalistas possam assumir integralmente seu papel ético e de responsabilidade social

é necessário desenvolver uma forte consciência ética nas práticas da comunicação social em suas diferentes modalidades. Precisamos aproximar cada vez mais a mídia e as empresas nas quais exercemos nossas funções com outros segmentos da comunidade, tendo em vista que a responsabilidade social tem que estar na pauta do dia e mover todas as nossas ações. Precisamos ter sempre em mente que a qualidade da comunicação envolve princípios e compromissos com a verdade, justiça, liberdade e responsabilidade.

Rede Ethos de Jornalistas - Fale sobre o trabalho da Rede Ethos de Jornalistas. Em que medida a Rede colabora para a capacitação dos profissionais de comunicação? Como integrante do Comitê Consultivo acredita que o projeto vem evoluindo ao longo dos anos?

Mattos - É preciso que os empresários e cidadãos conscientes saibam distinguir e nunca confundir responsabilidade social com filantropia. A filantropia ou benemerência tem caráter assistencial e é uma ação que não incorpora mudanças multiplicadoras e auto-sustentáveis. A responsabilidade social está diretamente relacionada com a tomada de decisões que valorizam principalmente a ética, o cidadão, as comunidades e o meio ambiente. Ter responsabilidade social é assumir compromisso com o bem-estar das comunidades onde atuamos, contribuindo diretamente para diminuir as desigualdades, visando o resgate da cidadania e preservação do meio ambiente. A responsabilidade social envolve ainda solidariedade, respeito à dignidade humana e do bem comum, a produção de bens e serviços de qualidade, além do compromisso permanente com a transparência e a ética. Desenvolvimento sustentável é promover a melhoria dos indicadores sociais e condições de vida, satisfazendo as necessidades do presente, sem comprometer o meio ambiente e o futuro do próprio ser humano. Para que isto aconteça é necessário nos engajarmos na

luta por políticas públicas de inclusão social, inclusão cultural e digital, além de procurarmos garantir educação e saúde de qualidade, serviços de assistência social como direito do cidadão e não como um favor da empresa ou do Estado. Precisamos também nos engajar no combate sustentável à pobreza. Em síntese, devemos fazer um exame de consciência buscando identificar o que estamos fazendo e o que precisamos ainda fazer para assumir o nosso papel de cidadão na prática social responsável, atuando como agentes multiplicadores de ações voltadas para o desenvolvimento humano e a inclusão social. Creio que este é exatamente o trabalho de conscientização e colaboração comprometida que vem sendo desenvolvido pela Rede Ethos de Jornalistas. Apesar de reconhecer, como integrante do Comitê Consultivo, que o projeto vem crescendo ano a ano, acredito que precisamos promover, de modo mais sistemático, uma capacitação permanente dos profissionais de comunicação por meio de cursos em conjunto com outras organizações e instituições de ensino em todas as regiões do país.

Sérgio Mattos é diretor e coordenador dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas das Faculdades Integradas Ipitanga, mantidas pela Unidade Baiana de Ensino, Pesquisa e Extensão (Unibahia).

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social:

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.

2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito. Caso tenha alguma dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo link “Fale conosco”, no qual será possível identificar a área mais apropriada para atendê-lo.