

Agendamento de organizações do Terceiro Setor em Juiz de Fora¹ Fatores condicionantes da visibilidade no jornal Tribuna de Minas

Carlos Augusto Gonçalves Camilotto²
Boanerges Balbino Lopes Filho³
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

Resumo

A pesquisa tem como principal objetivo a análise do processo de agendamento de temáticas das organizações sociais localizadas na cidade de Juiz de Fora – MG, no jornal Tribuna de Minas. Apresenta parte do cenário de atuação dessas instituições, as esferas de poder e o papel da Comunicação Social no espaço midiático. Ao promover uma reflexão fundamentada em paradigmas das Ciências Sociais aplicadas e da Teoria da Complexidade, no intuito de elucidar caminhos das práticas em Comunicação Social e da Cultura Organizacional, o artigo traz os principais pontos do trabalho que culminou com a apresentação de dissertação de mestrado junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Palavras-chave: Terceiro Setor, esfera pública, poder, mídia, cultura organizacional.

Introdução

Como os processos de comunicação podem contribuir para a melhoria do tecido social? Essa é uma das principais questões norteadoras do trabalho de pesquisa que culminou com a elaboração da dissertação de mestrado aprestada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Em 2014 e 2015, apresentamos trabalhos nos congressos da Intercom, em Foz do Iguaçu e no Rio de Janeiro, que geraram valiosas contribuições para o andamento da pesquisa. Durante essas oportunidades de experiências compartilhadas, foi possível vivenciar a importância da diversidade de formas de utilização dos mecanismos de comunicação, das mais simples e tradicionais, até as mais sofisticadas. As especificidades das relações estabelecidas no

¹ Artigo apresentado ao GP Teoria do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Especialista em planejamento e gestão social, bacharel em Comunicação e Ciências Sociais, licenciado em Ciências Sociais. Professor de Sociologia da Escola Estadual Presidente Costa e Silva. E-mail: cagcamilotto@gmail.com

³ Orientador do trabalho, Jornalista, professor e pesquisador. Pós-doutor em Jornalismo pelo Programa PNPd/Capes no PPG da UEPG (PR). Doutor (UFJF) e mestre (Umesp) em Comunicação, autor de livros, coordenador de pós-graduação e professor do PPGCom na UFJF (MG). Diretor do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ. E-mail: bblopes@globo.com

âmbito do Terceiro Setor demandam abertura em relação à utilização dessas ferramentas, pormenorizadas em pesquisas que, por si só constituem objeto de estudo específico.

A essência da trajetória da humanidade envolve a condição gregária que perpassa nossas vidas. Nesse sentido, quando o indivíduo melhora apenas sua própria condição de vida sente, conforme seu estado de consciência, uma sensação de felicidade incompleta. A real satisfação envolve o aprimoramento da sociedade como um todo. O campo da comunicação afirma parte desses princípios ao denominar a formação dos profissionais que atuam no segmento como Comunicação Social. O termo social pressupõe a construção de laços comunitários, bem como a adequação das relações entre as pessoas. Paradoxalmente, o campo das atividades comunicacionais, especificamente, no âmbito da interface com a esfera política e a lógica mercantil, inerente à parte das atividades, nem sempre refletem essa nomenclatura.

A reflexão fundamentada sobre os referenciais epistemológicos passíveis de contribuir para elucidar as práticas comunicacionais requer o estabelecimento de amplo diálogo acerca dos interesses envolvidos. Possuímos vastos arquivos, contemplando experiências acumuladas, sistematizadas de diversas formas, sobre as quais dispomos de modo bastante acessível. Entretanto, compilar esse conhecimento, e extrair parte pertinente e socialmente compartilhável constitui desafio intelectual, uma vez que a “cada seis anos a ciência duplica o montante – ou o ‘capital’ de conhecimentos, o que significa que proporcionalmente cada um de nós sabe menos a cada dia”. (VIZER, 2011, p.81).

O papel do jornalista, operador de mecanismos de Comunicação Social, com atuação responsável na sociedade, envolve aspectos como observação, articulação, crítica e autocrítica. Para que essa atuação contemple anseios recíprocos, faz-se necessário o aprofundamento no objeto da ação comunicacional, seja no sentido da coerência profissional, seja na demarcação histórica e institucional de seu campo de atuação. Para além dos componentes da transmissão de informações, o aprimoramento da atividade requer uma perspectiva teórica de caráter visceral, abarcando a interface entre os aspectos teóricos e práticos. Considerando ainda os exercícios de poder inerentes aos processos de influência da esfera midiática, bem como os efeitos sociais das tecnologias.

A busca pela gestão eficaz perpassa a destinação correta dos recursos financeiros, investimento em capacitação de pessoas e adequação dos serviços às necessidades dos públicos. Porém, chega o momento em que gestores despertam para a importância do fato de que técnicas eficientes para objetivos comerciais também podem ser destinadas a

promoção de mudanças sociais, principalmente, quando se trata de conquistar a adesão e mobilizar parcelas significativas da sociedade.

O termo Terceiro Setor refere-se a uma parte específica de instituições atuantes no país. Para se ter ideia de sua relevância, congregando numerosas organizações, que geram empregos e auxiliam na execução de políticas públicas. Algumas definições que dizem respeito ao Terceiro Setor no Brasil ainda são frágeis constructos teóricos. Mesmo a legislação que regulamenta as atividades nesse nicho vem passando, recentemente, por significativas mudanças. Esse cenário é marcado por terminologias como: sociedade civil, sociedade sem fins lucrativos, organizações não-governamentais. Termos que, “provocam grande confusão, pois encerram aspectos jurídicos e organizacionais relevantes para qualquer tipo de conclusão. Esclarecendo, o Terceiro Setor engloba sempre a questão do tripé Estado, mercado e sociedade civil”. (VOLTOLINI, 2004, p. 123).

Em meio a essa nomenclatura, com distinções entre instituições jurídicas e de direito privado, entidades atuam em causas específicas e gerais, em diversas áreas sociais, como educação, saúde e cultura. “Em sentido abrangente, as organizações sociais representam uma forma de parceria do Estado com as instituições privadas de fins públicos”. (MEREGE, 2001, p. 17). Nos últimos anos, ocorreu a promoção de constantes reformulações no Terceiro Setor, com a finalidade de obtenção de modernização e de aumento da profissionalização, incluindo as recentes discussões sobre uma regulamentação para o setor – que introduz uma qualificação jurídica específica e novas formas de regulação para essa interação com o Estado, buscando também credibilidade e identificação de novas estratégias de sustentabilidade e financiamentos.

Paralelamente às preocupações estatutárias, instituições têm investindo na adoção de diversos instrumentos voltados para o planejamento, a gestão e o marketing; para estratégias de captação de recursos; para sistematização de metodologias; para a divulgação de suas atividades. Segundo Meneghetti, (2001, p. 40), “sem comunicação uma organização do Terceiro Setor não sensibiliza apoiadores para sua causa, não conquista voluntários, não capta recursos nem ganha visibilidade na mídia”.

Comunicação e poder

O campo da Comunicação Social, um espaço social estruturado, foi constituído no contexto da sociedade com base na solidariedade orgânica. O conceito estipulado pelo sociólogo Émile Durkheim compara as sociedades complexas a grandes organismos vivos

em que há a interdependência da participação de diferentes órgãos para a manutenção da existência do todo. Nesse contexto, temos a Comunicação Social emergindo de identidades cambiáveis e cristalizando suas formas de atuação e exercícios de poder.

O exercício de poder, como um dos aspectos primordiais das discussões empreendidas, contempla nuances imprescindíveis para sua compreensão: “não é basicamente o resultado de uma ação que lhe interessa, mas seu processo, seu desenvolvimento” (FOUCAULT, 2012, p. 22). Como é o ambiente onde esse desenvolvimento ocorre, uma vez que os desdobramentos a serem analisados permanecem, ainda que de forma implícita, atrelados à questão de qual indivíduo ou instituição pode exercer poder e as condicionantes para tal atuação.

A conciliação entre os fundamentos institucionais e os indivíduos que compartilham a vida em sociedade enfrenta contradições inerentes a um contexto perpassado por conflitos e desigualdades. Nesse sentido, o sociólogo Eduardo Vizer salienta a dualidade dessas relações:

Paralelamente, vai se produzindo a representação intelectual sobre um segundo “domínio”: o político e social. Esse novo domínio (o dos homens, e seu governo e o Estado) é uma realidade dual: os indivíduos tendem a colocar seu próprio interesse individual sobre o interesse coletivo, sobre o qual faz falta um dispositivo de criação de sentido de valores que os reintegre à sociedade e as formas organizadas de vida e de governo. (VIZER, 2011, p.44).

A reflexão fundamentada acerca do papel do Estado e do aprimoramento dos segmentos envolvidos na formação da conjuntura social hodierna possibilita contextualizar o cenário de atuação das instituições e dos próprios meios de Comunicação Social, considerando que cada parte tem uma lógica, e que essas frações estão ligadas a uma totalidade, possuindo como “liga” traços de coerção, solidariedade e laços compulsórios, pois, relações sociais são contextuais. Elas dependem de ampla combinação de fatores para produzir um determinado resultado. Nesses espaços, marcados por características singulares, o exercício do poder perpassa todo o corpo social, possuindo tanto aspectos negativos quanto afirmativos.

O papel do intelectual pode variar de “dono da verdade e da justiça” até articulador capaz de produzir ligações transversais do saber. Ele migra, do sentido universal para o sentido político. Tendo seu trabalho, ao mesmo tempo, mais reconhecido e mais influenciado pelo caráter institucional. O próprio conceito de verdade a ser buscado deixa

de ter a ver com o simples “descobrimento”, passando a ser relacionado com o conjunto de regras e os efeitos específicos do poder. A origem remonta aos intelectuais burgueses, que “logo passam a transformar suas conversações sociais em aberta crítica, rebentam a ponte existente entre a forma que restava de uma sociedade decadente, a corte, e a forma primeira de uma nova: a esfera pública burguesa”. (HABERMAS, 2003, p.45).

A visão crítica, derivada da própria genealogia da história, assegura que quanto mais elucidarmos a “verdade”, mais verdades haverão para serem descortinadas. Ou seja, “o querer-saber não se aproxima de uma verdade universal; não dá ao homem um exato e sereno controle da natureza; ao contrário, não cessa de multiplicar os riscos, sempre faz nascer os perigos; abate as proteções ilusórias; desfaz a unidade do sujeito”. (FOUCAULT, 2012, p. 84).

Diante das dificuldades de se acompanhar a velocidade de crescimento das demandas, o aumento do fluxo de informações e, conseqüentemente, maior grau de complexidade, o filósofo Jürgen Habermas pondera que: “à multidão acomodada e espiritualmente indolente é apresentado o pretexto para escapar do esforço de elaboração mental”. (HABERMAS, 2003, p. 278). Assim como alguns indivíduos não se habilitam a ir para as trincheiras, porque pessoas lutarão e matarão por eles, outros submergem em um estado letárgico, outorgando a cidadãos supostamente mais qualificados e bem informados as conclusões acerca de uma realidade contextual passível de interpretação e manipulação.

O campo de atuação das organizações sociais

O crescimento das demandas e a multiplicidade de interesses passam a integrar a ordem social. Esse cenário, proveniente de fatores arquitetados e aleatórios, impõe articulações mais sofisticadas e abrangentes, contemplando uma divisão em campos sociais. Segundo Mantovani: “um ‘campo’ é definido como “um espaço social estruturado”, um ‘campo de forças’, onde existem dominantes e dominados, relações constantes e permanentes de desigualdade, de luta e concorrência entre os agentes” (MANTOVANI, 2009, p. 29). A delimitação dos campos em nossa sociedade demarca espaços coletivos, corporativos e individuais. O resultado desse processo é que os indivíduos trazem incrustadas identidades que delineiam parte de seu fluxo. Características inerentes ao sentimento de pertencimento a um determinado segmento social.

A árdua tarefa de inserção de nuances capazes de conferir maior grau de acuidade da sociedade para uma determinada causa, em detrimento de outras, não menos legítimas,

exige compreensão acerca das possibilidades do sistema político. O processo de avaliação envolve mensurar tendências presentes nesse sistema de forças, bem como empreender reflexão sobre a abrangência e responsabilidades de cada segmento. A composição desse direcionamento é um caminho necessariamente político, considerando “a política como dimensão fecunda, porque nela se articulam o social e sua representação, e a política como matriz simbólica onde a experiência coletiva se enraíza e se reflete ao mesmo tempo” (REIS FILHO, 2000, p. 12).

Para além da atuação socialmente responsável, faz-se indispensável que as organizações sociais e empresariais divulguem e agendem iniciativas programas e ações implementadas junto às comunidades onde atuam. A ascensão de ferramentas operacionais, capazes de aprimorar os elos entre o mundo corporativo e a sociedade possibilitam esses objetivos. Os estudos dessa área são fundamentais, tendo em vista que:

A comunicação corporativa é uma função recente da administração e foi concebida para ajudar a empresa a obter e manter uma reputação favorável no processo de comunicação com seus públicos. Usando o conhecimento sobre a realidade da empresa e seu ambiente externo, em especial sobre as tendências culturais, sociais, políticas e econômicas, a função busca identificar as oportunidades nas quais a empresa pode projetar sua voz e captar o interesse das audiências. (NETO, 2010, p 2).

Dentro do paradigma da complexidade, as práticas comunicacionais precisam ser articuladas junto ao bojo da organização a que pertencem, uma vez que “a comunicação corporativa não deve ser uma função isolada nas organizações modernas. Para ter alto desempenho, precisa desenvolver e manter um ótimo relacionamento no contexto organizacional”. (NETO, 2010, p 7). A partir da repercussão da comunicação acerca de uma instituição, ela acaba colhendo problemas ou oportunidades.

O processo de agendamento

O agendamento refere-se à forma como o conteúdo veiculado pela imprensa possui força para delimitar a compreensão de parte dos indivíduos acerca de uma determinada temática, sendo fundamental para promover iniciativas de grande legitimidade, dotadas de poucos recursos orçamentários. “O agendamento refere-se, então, à inclusão de um determinado assunto na lista dos temas sistematicamente abordados pela mídia e à

visibilidade que um determinado assunto adquire ao integrar o discurso jornalístico”. (ROSSY, 2006, p.70).

A teoria do agendamento analisa as especificidades das formas através das quais os meios de comunicação social são capazes de nortear o pensamento e os diálogos, influenciando a própria visão de mundo de parcela da população. O agendamento refere-se à forma como o conteúdo veiculado pela imprensa possui força para delimitar a compreensão de parte dos indivíduos acerca de uma determinada temática.

Existe uma ligação entre a abrangência do trabalho, a legitimidade da causa e o capital social auferido. A visibilidade junto aos públicos-alvo e a esfera política vai depender, em grande medida, da competência e da capacidade dos profissionais envolvidos na comunicação da instituição. A atuação do jornalista, a eficácia de suas atividades empreendidas no Terceiro Setor e a possibilidade de transitar entre as esferas envolvidas constituem parte primordial deste estudo.

Pensar sobre a realidade contextual envolve o papel dos veículos noticiosos como um “elo entre o mundo exterior e as imagens em nossas cabeças” (McCOMBS, 2009, P. 44). Maxwell McCombs afirma ainda que: “Walter Lippmann introduziu a ideia de pseudoambiente, o mundo que só existe em nossa mente – uma imagem frequentemente imperfeita e que está sempre incompleta vis-à-vis à realidade”. (McCOMBS, 2009, P. 44). Exigindo, portanto, negociar com níveis de subjetividade individual e coletiva no sentido de conferir fulcro para as inferências postuladas.

Outra questão importante é o contra-agendamento. Refere-se ao processo de luta pela incorporação de demandas, realizado por instituições representativas da sociedade civil, aos assuntos relevantes a serem tratados pelos meios de comunicação. Para que a comunicação coadune com os aspectos sociais, faz-se imprescindível o estabelecimento da via de mão dupla em relação à construção da pauta, uma vez que “compreende um conjunto de atuações que passam estrategicamente pela publicação de conteúdos na mídia e depende, para seu êxito, da forma como o tema-objeto-de-advocacia foi tratado pela mídia, tanto em termos de espaço quanto em termos de sentido produzido”. (SILVA, 2005, p. 2).

É preciso disponibilizar contribuição substancial para que os meios de comunicação ofereçam informações corretas e de qualidade. Um exemplo bem sucedido, verificado durante a pesquisa, é o da ONG Mobilidade Juiz de Fora. As ações da instituição orientam parte significativa da cobertura jornalística do jornal Tribuna de Minas sobre as alternativas para a questão do transporte na cidade.

Agendamento das Organizações Sociais no jornal *Tribuna de Minas*

Segundo Brinati (2010, p. 49) o jornal “passou a circular efetivamente em 1º de setembro de 1981, no formato *standard* e desde então foi publicado durante seis dias da semana. De propriedade do médico e empresário Juracy Neves, a *Tribuna de Minas* se manteve como um dos principais jornais impressos de Juiz de Fora”. Há também a disponibilidade do veículo na internet. Segundo a editora do portal, Gabriela Gervason, “no ano de 1996, os leitores começaram a ter acesso à reprodução do jornal através da internet. Em 2011, passa a funcionar como portal de notícias, trazendo consigo toda a credibilidade do veículo impresso”.

As matérias jornalísticas veiculadas por organizações do Terceiro Setor, no jornal *Tribuna de Minas*, colaboram para a compreensão do processo de agendamento dessas entidades. Realizado durante o período compreendido entre os meses de abril a setembro de 2015, o monitoramento acompanhou todas as seções do veículo, cada assunto, editoria, repórter e correlações a processos sociais permanentes ou sazonais. Foram 158 citações a entidades do Terceiro Setor durante o período, entre movimentos mais consolidados e articulações mais incipientes que se estabelecem conforme as demandas.

A consideração acerca das práticas de comunicação das instituições do Terceiro Setor e dos critérios de veiculação do jornal *Tribuna de Minas* possibilitou uma compreensão mais fidedigna da situação do segmento. “Apelar para estes instrumentos de investigação laboriosa de documentos, é situar-se ao lado daqueles que querem dizer não à ilusão das transparências dos fatos sociais, recusando-se ou tentando afastar-se dos perigos da compreensão espontânea”. (BARDIN, 1977, p. 29). Para além dos interesses segmentados, o discurso jornalístico possui certas peculiaridades a serem consideradas, capazes de influenciar o eventual potencial de cobertura de cada temática. O levantamento do conteúdo veiculado no Jornal *Tribuna de Minas*, entre abril e setembro de 2015, foi o ponto de partida para a identificação das organizações a terem suas estratégias de divulgação das atividades empreendidas observadas de forma mais atenta. Contudo, tivemos também a preocupação de assegurar que a listagem elaborada após a leitura sistemática do jornal contemplasse entidades com atuação em diferentes áreas para, com isso, podermos ter indicativos de instituições de porte, estrutura administrativa e relacionamento com seu público-alvo bastante distintas.

O próximo passo foi realizar entrevistas com gestores e membros de instituições com objetivos distintos, contemplando parte da diversidade em relação às causas que

figuraram no veículo, objetivando entender parte os anseios abraçados pelas organizações sociais locais. Com esse intuito, foram entrevistados, de um lado, gestores, voluntários, estagiários e profissionais contratados que se ocupam de tarefas ligadas à assessoria de comunicação dentro de instituições que foram citadas pelo jornal nos meses sob análise. E, de outro, os jornalistas responsáveis pela definição, apuração, redação e revisão de pautas vinculadas ao segmento, que integram a redação do periódico. Nossa expectativa, com essa dinâmica, foi averiguar as diferentes práticas e em que medida isso impactava no sentido das instituições estarem ou não em evidência.

As entrevistas com os profissionais do Jornal Tribuna de Minas possibilitaram o estabelecimento de conexões que ampliaram o discernimento sobre a importância da condução das demandas e temáticas das ONGs de forma profissional. Principalmente, para a reverberação dos objetivos quando conduzidos de forma profícua por pessoas capacitadas para tal. É tarefa árdua estipular um caminho capaz de apurar a percepção sobre o potencial de comunicabilidade das ONGs, especificamente, para melhor compreender o processo de agendamento das organizações do Terceiro Setor situadas em Juiz de Fora. Definir em que medida já existe algum esforço sendo feito para obtenção de espaço na mídia. A trajetória eleita foi acompanhar, diariamente, durante seis meses, tudo o que era publicado a respeito do segmento no Jornal Tribuna de Minas, buscando contextualizar essa atuação no cenário da complexa interface entre as esferas sociais.

Organizações sociais veiculadas no jornal Tribuna de Minas

O trabalho de assessoria de comunicação nas entidades de Juiz de Fora é exercido de diferentes formas e graus de profissionalização. Dentre as pessoas empenhadas no exercício dessas atividades verificamos diferentes situações, como a considerada mais adequada: o profissional com formação acadêmica compatível e estagiário cursando área pertinente. Já no caso do estagiário sem o devido acompanhamento de profissional formado, cabem alguns questionamentos como, por exemplo, a quem esse estagiário irá se reportar, ou qual posição irá almejar no organograma da entidade.

Conforme já salientado em tópico anterior, o nível de atuação de jornalistas com formação acadêmica exercendo atividades de Comunicação Social no Terceiro Setor ainda é incipiente. Apesar de possuírem uma lógica diferenciada de funcionamento, as organizações sociais estão sujeitas a dilemas de ordem econômica, onde, diante da escassez de recursos, uma diretoria tende a protelar a contratação desse profissional. A questão

econômica é fundamental na explicação dessa situação, contudo, há outros fatores de ordem cultural e ideológica a serem considerados nessa decisão.

Além da formação acadêmica, distinguimos modalidades diferenciadas nos contratos de trabalho firmado para a atuação no campo da Comunicação Social no Terceiro Setor. Contemplando desde a contratação do profissional com estabelecimento de vínculo empregatício, até o trabalho voluntário, no qual o indivíduo deve respeitar as regras da entidade e “pode receber ajuda de custo para despesas como transporte, alimentação, pequenas despesas para o desenvolvimento de suas atividades”. (PEREIRA, 2013, p.148). Esses formatos impactam as instituições, os profissionais e a própria perspectiva para essa atuação.

Ao verificarmos o desenvolvimento das atividades de comunicação sendo realizado por jornalistas profissionais na cidade de Juiz de Fora foi percebido que isso ocorre, principalmente, em instituições da área de saúde, com convênios estabelecidos e atuação em áreas onde o Terceiro Setor já ocupa posição consolidada na transferência de responsabilidades da esfera pública para as organizações da sociedade civil. Como exemplo dessas instituições temos a Fundação de Apoio ao Hospital Universitário e a ASCOMCER, instituições consideradas pela editora do jornal Tribuna de Minas como “mais tradicionais” e outras ganhando significativo espaço no veículo.

A pesquisa qualitativa, embasada em entrevistas com os integrantes de organizações sociais, contemplou parte da heterogeneidade em relação às causas que figuraram no veículo, objetivando entender a diversidade dos anseios abraçados pelas instituições locais. Com esse intuito, foram entrevistados, de um lado, gestores, voluntários, estagiários e profissionais contratados que se ocupam das tarefas ligadas à assessoria de comunicação dentro das instituições que foram citadas pelo jornal nos meses sob análise e, de outros jornalistas responsáveis pelo processo de produção das notícias. A amostra do levantamento das análises dos casos específicos foi definida a partir da percepção de que o relevante era ouvir a opinião de integrantes de entidades com perfis diferentes, que contemplassem públicos-alvo, estrutura de gestão, metas, trajetórias e bagagens diversas. Assim, temos instituições centenárias figurando conjuntamente com movimentos coletivos emergentes; siglas consolidadas e nomes ainda pouco conhecidos. Um caminho que se mostrou profícuo quando somadas as particulares das ONGs às afirmações dos profissionais que atuam no Jornal Tribuna de Minas. Temos, certamente, um esboço do retrato de como se estrutura a Comunicação Social dentro do Terceiro Setor em Juiz de Fora.

Algumas respostas mais objetivas foram agrupadas, outras contribuíram para embasar os textos que sintetizaram a atuação de cada uma das instituições estudadas. Em relação à questão do profissionalismo, sete das dez entidades entrevistadas não possuem profissional com formação específica na área de Comunicação Social. Isso confirma a hipótese levantada no início do processo de pesquisa em que supúnhamos a ocorrência do baixo índice de profissionalismo. Em sua maioria, os entrevistados afirmam encontrar espaço para divulgação das temáticas das organizações que representam junto ao Tribuna de Minas. A visibilidade dos conteúdos depende, segundo eles, das próprias condições de dedicação ao trabalho na área da Comunicação Social. Ainda de acordo com a maior parcela de entrevistados, há importância da seção e do espaço onde as informações são veiculadas.

No que diz respeito à transparência, oito entre os dez representantes das instituições afirmam disponibilizar para a sociedade informações referentes à gestão administrativa e financeira. Medida que, para eles, influencia na captação de recursos, estabelecimento de parcerias, manutenção de convênios e consolidação de credibilidade.

As condicionantes da visibilidade das instituições no jornal Tribuna de Minas

Os mecanismos envolvidos nas condições que favorecem ou dificultam a visibilidade midiática das organizações do Terceiro Setor integram a reflexão fundamentada sobre aspectos complexos que compõem o contexto, assim como os exercícios de poder envolvidos. Como os assuntos são delineados por critérios próprios, que envolvem fatores conjunturais, como os anseios do público leitor, a exemplo do que ocorre na definição das pautas que são desenvolvidas pela redação do Jornal Tribuna de Minas, nem sempre essa visibilidade segue os caminhos que as instituições almejam.

Embora ainda seja incipiente a profissionalização de departamentos vinculados à assessoria de imprensa de organizações do Terceiro Setor em Juiz de Fora, os jornalistas que atuam no jornal declaram claramente a mudança de postura que o veículo começa a esboçar, emitindo um novo olhar sobre esse nicho. Seja pela necessidade de identificar fontes para a repercussão local de pautas nacionais ou pela real geração de fatos noticiosos por entidades que mobilizam seus membros em torno da defesa de causas de interesse público.

Trata-se de uma mudança de paradigmas bastante relevante porque, em muitos casos, o que a editora do jornal Tribuna de Minas, Marise Baesso, classificou como “os

novos movimentos do Terceiro Setor” são avessos às mídias tradicionais. O que leva os profissionais da publicação a despenderem um esforço maior para conseguir uma entrevista. O que difere da dinâmica a que estavam habituados, quando são procurados pelas entidades para divulgar acontecimentos pontuais.

Segundo esses profissionais, a disponibilidade de materiais, conteúdos e links podem ditar o que ganha espaço no jornal. Um ponto complicado para as instituições, principalmente as mais tradicionais, que desconhecem parte desses mecanismos por nem sempre contar com a colaboração de pessoa capacitada para executar a função. Por outro lado, para o jornalista com disposição para trabalhar na assessoria de imprensa de uma entidade sem fins lucrativos o desafio pode ser, também, romper a estigmatização que algumas organizações nutrem com relação à mídia tradicional, atrelando a relação com veículos de comunicação à atividade mercantil que poderia comprometer sua atividade.

Vale salientar que o grau de profissionalismo, ou a ausência dele, constatada pela pesquisa, resultam na limitação das possibilidades de agendamento. Conforme apurado junto aos profissionais da redação do Jornal Tribuna de Minas, as conexões entre as demandas das entidades, pautas executadas pelo periódico e, temáticas de maior âmbito, podem resultar na ampliação da cobertura. Observar os critérios de noticiabilidade é para os repórteres, editores e pauteiros de extrema relevância. Um caráter técnico da notícia que as instituições vinculadas ao Terceiro Setor, muitas vezes, não conseguem observar e seguir em função de não contarem com pessoas gabaritadas para exercer o papel de assessor de comunicação.

Neste contexto, encontramos até mesmo organizações que preferem não figurar na mídia devido ao receio de que sua proximidade com as práticas de divulgação possam contaminar sua estrutura com aspectos mercadológicos. Enquanto outras anseiam pela visibilidade como forma de expansão, mas ainda não encontraram um caminho a seguir nesta direção. O próprio campo da Comunicação Social, assim como o Terceiro Setor, é recente, se comparado à Ciências, como a Sociologia e a Filosofia.

Esse caráter ainda incipiente, presente em alguns aspectos dos relacionamentos entre representantes dos meios de Comunicação Social e de instituições do Terceiro Setor reflete na falta de compreensão mútua verificada em alguns aspectos dessa interação. O cenário precisa de esforços de ambas as partes, no sentido do aprimoramento da quantidade e, principalmente, da qualidade do material veiculado. Ressaltando que acima dos anseios setoriais há que figurar o interesse público, critério preponderante para que além de

profícua essa convivência adequada converta-se em avanços para a sociedade como um todo.

Considerações Finais

O aprimoramento das esferas sociais interfere na vida das pessoas. A composição dos arranjos de nossa sociedade é acompanhada de adequações em âmbito coletivo, contemplando a busca pela satisfação de diversos públicos alvo. Como salientado pelo sociólogo Edgar Morin, “o desenvolvimento dos conhecimentos aumenta o poder do edifício do saber sobre o homem: assim, o que era concebido, na origem, para servir o homem, ameaça torna-se seu senhor” (MORIN, 2011 p. 135).

Processos sociais são acontecimentos de longo prazo e o tempo histórico é bastante diferente do tempo do indivíduo. Assim, a consolidação de um sujeito participativo, personagem e agente de sua própria história, é tarefa contínua. Para além da diagnose dos problemas, os indivíduos devem participar ativamente da reorganização da sociedade. Uma vez que o cidadão é submetido a uma autoridade política e integra o processo de formação dessa autoridade. Emerge, cada vez mais, a ideia de um sujeito ligado à sua própria identidade pela consciência, pelo conhecimento de si mesmo e pelo aprimoramento dos mecanismos de participação.

O papel dos meios de Comunicação Social implica na observação dos aspectos éticos, pois, “um tal poder assim extenso e grave [o da imprensa], não deveria funcionar à mercê da negligência ou do zelo, da cupidez ou do desprendimento, do ódio ou da amizade de nenhum jornalista.” (BIROLI, 2010, p. 209). A complexidade conecta-se plenamente ao exercício profissional, uma vez que, conforme Veiga (1996, p. 12): A “representação é um complexo de fenômenos do cotidiano que penetra a consciência dos indivíduos assumindo um aspecto abstrato quando essa percepção do imediato está desvinculada do processo real que determina sua produção”.

Nesse cenário, o jornalista lida com responsabilidades que transitam entre a subjetividade e o pragmatismo. Entre os critérios de noticiabilidade e o compromisso com a confecção de um texto palatável. Entre o compromisso com a ética, o bem comum e a luta pela sobrevivência. Em termos históricos, os processos sociais aqui analisados constituem questões ainda incipientes. Os efeitos sociais das tecnologias ainda não possuem seus impactos adequadamente mensurados, uma vez que não há antecedentes de indivíduos que tenham completado um ciclo: nascimento, vida e morte sob as premissas da sociedade

hodierna. E, provavelmente, não contemplaremos tal case, pois a cada geração essas premissas tendem a se reorganizarem. Entretanto, acima da efêmera existência individual situam-se os paradigmas da cultura organizacional engajados nas premissas legais vigentes. Cabe a nós jornalistas, contribuir para a interface entre a notícia, a mudança e os exercícios de poder, galgando avanços em várias searas.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal. Edições 70. 1977
- BRINATI, Francisco Ângelo. **Jornalismo Político e Identificação Eleitoral**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2010
- DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação** – São Paulo: Atlas, 2012.
- FISHER, Rosa Maria. **O Desafio da Colaboração, práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor**. São Paulo: Editora Gente, 2002.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução: Roberto Machado. São Paulo: Graal, 2012
- HABERMAS, Jürgen. **Habermas: Sociologia**/organizadores (da coletânea) B. Freitag e S.P. Rouanet; (seleção e tradução de Bárbara Freitag, Sergio Paulo Rouanet) – São Paulo: Ática, 1980
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009
- MANTOVANI, Denise Maria. **A cobertura jornalística do Bolsa Família – um estudo de caso da interação entre os campos político e jornalístico**. Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, 2009.
- McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009
- MEREGE, Luiz Carlos (coordenador). **Terceiro Setor: Reflexões sobre o Marco Legal**. Organizadora: Maria Nazaré Lins Barbosa – Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2001.
- MOREIRA, Luciana Verônica Silva. **Movimentos Comunitários – Experiências de participação em Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Estúdio Editora UFJF, 2012.
- MORAES JÚNIOR, Ênio. **Formação de jornalistas**. Elementos para uma pedagogia de ensino do interesse público. São Paulo: Annablume, 2013.
- MORIN, Edgar. **O método 4: as ideias: habitat, vida, costumes, organização**. Porto Alegre: Sulina; 2011.

_____, Edgar - **Os sete saberes necessários à educação do futuro** tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. – 2. ed. – São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2000.

PEREIRA, Milton. **Gestão para Organizações não Governamentais**. Florianópolis: Editora Tribo da Ilha, 2013.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. (Organizadora). **Comunicação e culturas populares** - São Paulo: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1995.

_____, Cecília Maria Krohling. (Organizadora). **Vozes cidadãs** – Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara editora, 2004.

PIMENTA, Solange Maria; SARAIVA, Luiz Alex; CORRÊA, Maria Laetitia. **Terceiro Setor: Dilemas e Polêmicas**. São Paulo: Saraiva, 2006.

REIS FILHO, Daniel Aarão (organizador). **Intelectuais história e política: Século XIX e XX**. Rio de Janeiro: 7 letras 2000.

ROSSY, Elizena de Jesus Barbosa. **Mídia e Terceiro Setor: como as ONGs promovem a cultura da paz**. Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, 2006.

SILVA NETO, Belmiro Ribeiro da. **Comunicação Corporativa e Reputação: construção e defesa da imagem favorável**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SILVA, Luiz Martins. **Jornalismo e interesse público**. Brasília: Casa das Musas, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZER, Eduardo Andrés. **A trama (in)visível da vida social**. Comunicação, sentido e realidade. Porto Alegre: Sulina, 2011.

VOLTOLINI, Ricardo. (Organizador). **Terceiro Setor: planejamento e gestão**. 2.ed.São Paulo: Editora São Paulo, 2004.