

As ONGs na imprensa

As fontes não governamentais na imprensa diária

SÓNIA LAMY

Professora

Instituto Politécnico de Portalegre

Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ)

sonialamy@gmail.com



As dinâmicas das Organizações não Governamentais (ONGs) são de certa forma representativas da voz da sociedade civil e a sua representatividade mediática é um espelho do trabalho desenvolvido por estes grupos. Verificamos alguma consistência na presença das vozes não governamentais nos meios de comunicação social, contudo esta está aquém de outras fontes habitualmente consultadas quotidianamente pelos jornalistas. Taj Hamad (2003) considera que o mundo está a viver uma revolução, cujo impacto se sente de forma mais significativa nas áreas dos direitos humanos, educação, política, meio ambiente, negócios, e mesmo a guerra contra o terrorismo: *“Esta revolução é a explosão do número, importância e diversidade de ONGs. Elas forjaram um eficaz meio-termo entre as esferas governamentais e empresariais, e agora estão a influenciar políticas, prestando serviços, orientando agendas com as iniciativas que promovem, um espaço que antes era quase exclusivamente a arena do estado e das empresas.”*

O estudo dos meios informativos tem-nos permitido projetar o impacto que as organizações têm nos media. Vários estudos recentes (Bonixé, 2009, Santos, 2002 Serrano, 2006) concluem que a um nível nacional as fontes institucionais têm um peso

Pour citer cet article

Référence électronique

Sónia Lamy, « As ONGs na imprensa. As fontes não governamentais na imprensa diária. », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 2, n°1 - 2013, mis en ligne le 15 avril 2013. URL : <http://surlejournalisme.com/rev>

mais efetivo nos meios de comunicação e nas rotinas jornalísticas.

Essas organizações têm a sua génese na sociedade civil e, por isso, é importante estudar o modo como são representadas pela imprensa. Este artigo pretende refletir precisamente sobre a temática das relações entre as ONGs e os media e está integrado numa investigação mais abrangente. Após a análise de 183 peças publicadas num jornal diário português, em que uma das fontes é uma ONG, é possível compreender algumas tendências seguidas pelos jornalistas no contacto com estas instituições. As dinâmicas das organizações tornam-se mais claras, assim como é possível identificar as instituições que têm rotinas de comunicação com os media mais eficazes. Aliás, a agilidade na comunicação das ONGs revela-se um factor essencial para estas serem fontes de informação.

O CONCEITO DE ONG

As Organizações não Governamentais (ONGs) são, pela sua natureza, objetivos e práticas, entidades que nos permitem analisar a atualidade e a realidade. A denominação específica de ONG é relativamente recente, contudo, a sua génese, orientações e ação assentam numa terminologia anterior, presente nos estudos sociológicos no início do século XX. O conceito de ONG só por si não é claro e adota diferentes termos no mundo. “A questão da denominação deste sector é de extrema importância, sobretudo quando há uma proliferação de nomes associada a uma ausência de clareza quanto aos seus significados.” (Andrade, 2007: 14).

Há várias terminologias para o mesmo tipo de instituição. “Terceiro sector”, “sector sem fins lucrativos” ou “Organizações não Governamentais” são algumas das que se usam mais frequentemente para definir o mesmo tipo de instituições, ou pelo menos com características de funcionamento e gestão semelhantes – sem fins lucrativos. Os conceitos tendem a alterar-se, materializando as novas realidades. Muitos dos termos que conhecemos hoje são mutações de outras terminologias clássicas. Parsons (1951: 39) definiu “*instituição*” como “*um conjunto complexo de papéis institucionalizados integrados, o que tem um significado estratégico estrutural no sistema social em questão*”. A instituição podia ser considerada, para Parsons, como a mais alta unidade de ordem da estrutura social enquanto um todo. E esta é composta por uma pluralidade de padrões e componentes sociais.

As ONGs podem ser consideradas novos fenómenos institucionais. Como refere Rui de Matos

(2001: 63), “*atuam por obediência a valores, normas, ideias, e desenvolvem certos comportamentos e deixam um traço distinto (não visam o lucro) na sociedade onde atuam por contribuir para a resolução de conflitos e problemas socioeconómicos de dimensão e escala transnacional*”. Por outro lado tal como as clássicas instituições, também as ONGs satisfazem necessidades materiais concretas da vida das populações organizando e desenvolvendo formas de proteger o homem relativamente ao exercício do poder aplicado pelo Estado (Matos, 2001).

Vários autores têm contribuído para a construção de um conceito novo, sobre um fenómeno recente, mas com raízes já consolidadas. Numa definição de ONG avançada por Goff (2005) surgem alguns elementos que nos parecem relevantes: “*É difícil dar uma definição rápida daquilo que é uma ONG, tendo em conta a riqueza e a diversidade dos movimentos envolvidos. É preciso, na verdade distinguir bem determinados casos particulares*” (Goff 2005: 44).

Facto é que as ONGs vão brotando no seio social, no decorrer do século XX, e torna-se importante enquadrá-las legalmente. As suas fronteiras apresentam-se muitas vezes esbatidas e pouco delimitadas no que diz respeito aos elementos civis que incluem e excluem. Como refere Doucin (2005) a terminologia – Organizações não Governamentais – é muito usada pela imprensa, pois é “a mais facilmente entendido por todos” e formalizada na Carta das Nações Unidas. Foi no artigo 71 deste documento que se procedeu à definição do conceito de ONG. Quando foi criado em 1946 o documento referia que havia “*Organizações não Governamentais a tratar de assuntos da competência de uma nova instituição, o Conselho Económico e Social da também nova organização, Nações Unidas*” (Doucin, 2005: 27). Assim, a Carta das Nações Unidas não cria uma nova realidade, mas reconhece a existência dessas instituições.

Um dos primeiros critérios apontados tem a ver com a relação com o poder público. Com efeito, as ONGs são independentes dos Estados; o que não impede a colaboração ou a ajuda financeira dos governos. Além disto, uma ONG deve ainda ser uma associação de pessoas privadas sem fins lucrativos. E esta faz-se muitas vezes em nome de determinados valores, humanistas, universais, democráticos.

A colaboração com as instituições não governamentais provém da sociedade civil que constrói uma imagem sobre as mesmas. Neste sentido é relevante o papel desempenhado pela informação produzida, a partir das ONGs que adoptam o papel de fontes de informação num cenário de informação pública.

A IMPORTÂNCIA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS

As fontes são parte activa na produção jornalística e contribuem para a construção da realidade. Por isso mesmo, as fontes de informação têm sido alvo de inúmeros estudos internacionais (Tuchman 1991; Sigal, 1973; Schlesinger, 1991) e nacionais (Bonixe, 2009, Santos, 2002; Serrano, 2006) que aprofundam a compreensão das dinâmicas das fontes de informação. Como Herbert Gans (1979) definiu, a fonte é o agente que o jornalista pode observar e entrevistar para recolher a informação que pretende.

Qualquer pessoa pode ser fonte e tem capacidade de fornecer informações, mas estes elementos também podem ser cultivados e talhados para que se possa exercer essa mesma função – de fonte. Aí, há uma mudança nos interesses e no tipo de relação entre o campo jornalístico e o promotor de informação. A ligação entre o jornalista e a fonte se constitui em um relacionamento entre os atores que perseguem objectivos diferentes mas que se encontram num ponto comum: a notícia.

O que se pretende com o estudo das teorias das fontes de informação é um auxílio na tentativa de compreender como se processa a dinâmica das notícias. A teoria da notícia pode ajudar a explicar os motivos que levam as notícias a “ser como são” e podem ajudar-nos a compreender as considerações atrás descritas. Alguns autores têm desenvolvido estudos teóricos sobre a teoria da notícia, enfatizando o papel das rotinas, dos constrangimentos organizacionais, na relação entre jornalistas e fontes.

Leon Sigal (1973) foi um dos primeiros autores a debruçar-se sobre a importância das fontes na produção da informação. Há um impacto muito próximo das fontes consultadas sobre as notícias produzidas. No seu estudo, o autor debruça-se sobre esta ideia de que os conteúdos das notícias dependem daquilo que as fontes dizem e do tipo de fontes consultadas. O autor distancia as fontes oficiais e as não oficiais enquanto canais de notícias. Uma diferenciação que estabelece apoiando-se numa dinâmica mais forte das fontes oficiais. Neste grupo, o autor refere-se a um conjunto de fontes, essencialmente, governamentais. “*As rotinas organizacionais e políticas burocráticas têm um impacto significativo na estrutura da selecção das notícias e na forma do conteúdo noticioso.*” (Sigal, 1973: 173).

O autor refere-se a três tipos de canais informativos que determinam o modo como a notícia vai ser

transmitida e que estudamos neste artigo. Os canais de rotina, que podem ser os acontecimentos oficiais ou os *press-releases*, os canais informais, que podem ser encontros de associações cívicas ou informações de outras organizações noticiosas, e os canais de iniciativa que resultam da iniciativa dos jornalistas, como acontece num pedido de entrevista, portanto, não partem primariamente de uma fonte. Mas Sigal (1973) admite que a confiança dos jornalistas nos canais de rotina diminui quando aumenta o recurso aos canais de iniciativa e quando aumenta o número de fontes contactadas (que podem trazer novas abordagens aos assuntos).

Porém, o autor realça que as fontes de informação dominantes, como as instituições governamentais, detêm um peso significativo nas notícias. De acordo com o seu estudo, as fontes oficiais do governo norte-americano aparecem em mais de 80 por cento dos casos como fontes primárias de informação. Por outro lado, os “desconhecidos” têm de se fazer notar, frequentemente através de actos espectaculares, para serem notícia, o que os coloca em desvantagem. Os discursos que as fontes tentam tornar visíveis, através dos produtores das notícias, são enquadrados conforme os critérios de noticiabilidade e valores notícia.

Mas o acesso aos meios de comunicação acontece de modo heterogénio. Os grupos de fracos recursos procuram alcançar visibilidade mediática através de credibilidade e reputação moral junto aos públicos-alvo específicos. Com essas atitudes, os grupos pretendem desenvolver capacidades financeiras que garantam a sua continuidade ativa (Goldenberg 1975 apud Santos, 2003: 19). Os grupos de fracos recursos mostram, por vezes, alguma ignorância sobre o funcionamento de uma organização jornalística e sobre os critérios de selecção dos acontecimentos. Mas cada vez mais este espaço tende a mudar, já que as fontes também se vão profissionalizando e adaptando às necessidades impostas pelos media. Neste artigo debruçamo-nos sobre a presença destes pequenos grupos nos media, já que a sua influência social está hoje em ascensão.

DINÂMICAS E CONTEXTOS DAS ONGs NOS MEDIA

A expressão “media advocacy” foi lançada na Conferência de Beijing. Este conceito refere-se ao uso dos meios de comunicação social para promover o debate público sobre assuntos de interesse para a comunidade. Ester Hamburger (2003) refere que a partir desta reunião internacional, realizada em 1995, dissemina-se o reconhecimento do papel dos meios na difusão de informações, debate, for-

mação e fortalecimento de opinião que, por sua vez, atua sobre direitos e hábitos reprodutivos. Os media surgem como uma arena em que as ONG podem e devem intervir. Mas Hamburger sublinha que, por outro lado, a cobertura jornalística pode ser motivo de algumas distorções. Daí que a atividade que modera a relação entre o jornalista e a entidade adquire uma importância cada vez maior. (Girardet, 2002)

Os media têm um peso significativo não só para a divulgação do trabalho desenvolvido pela ONG, mas também como recurso que muitas vezes garante o respeito pelos direitos cívicos, nomeadamente em situações de catástrofe humanitária ou políticas. Acima de tudo, a comunidade internacional deve apoiar tanto quanto possível os media livres, democráticos. Isso desenvolve a credibilidade e a independência da informação. Girardet (2002) salienta que há várias formas de informar as populações mais necessitadas. E igualmente importante é a necessidade de os media estarem orientados para o serviço público, tanto local como internacional. Para servir de “cão de guarda” independente do que é basicamente uma indústria de ajuda. As iniciativas devem também decorrer de forma transparente (Girardet, 2002).

No caso de situações de emergência humanitária a participação das ONGs nos media é mesmo vista por alguns autores como essencial ao processo de intervenção. Em entrevista a Mark Thompson (2001), congressista norte-americano, a Jamie Metzler considera que *“a intervenção informativa é uma forma discreta de intervenção humanitária. O âmbito da intervenção humanitária é a atuação perante um país que não desiste da sua soberania, quando viola os direitos humanos dos cidadãos. Nesse caso justifica-se que a comunidade internacional seja mais agressiva, incluindo através da utilização de táticas informativas, do que noutros casos em que essa situação não se verifica. A utilização da informação de uma forma agressiva (manipuladora) é justificada pela grave violação dos direitos humanos.”* (Thompson, 2002: 42)

Este tipo de intervenção pró-activa começou a ser abordada em 1997, e atualmente é um recurso utilizado pelas Nações Unidas e por algumas ONGs que tentam infiltrar-se na opinião pública, através da informação cedida. A criação de estações de rádio, ou a utilização de estações de televisão, por parte das Nações Unidas (NU) ou de ONGs, para tentarem “fazer passar a mensagem”, é uma das formas de intervenção humanitária utilizada aquando das intervenções destas instituições internacionais. *“Quando olhamos para situações em que a intervenção humanitária pode ser apropriada,*

devemos também pensar no papel que a informação tem ao sublinhar a que se dirige. Eu penso que a intervenção informativa começa na minha compreensão do que são os limites dos mecanismos de resposta aos direitos humanos existentes.” (Thompson, 2002: 41).

COMPREENDER AS ONGS COMO FONTES DE NOTÍCIAS

Entende-se, portanto, que as ONG hoje são encaradas como fontes de notícias, não só em situações de emergência humanitária, a que de facto estas instituições estão muito coladas, mas também no âmbito na actualidade e acontecimentos de agenda.

Apesar de os jornalistas privilegiarem o contacto com as fontes oficiais (Sigal, 1973, Manning, 1998, Deacon, 1999) o que pode ser explicado pela tese de uma produção noticiosa muito ritualizada em que se dá preferência clara a fontes burocráticas, governamentais e corporativas, as ONGs têm vindo a fundamentar uma maior presença mediática. De facto, *“o processo cria uma hierarquia de fontes estabelecidas, o Governo e a maior parte dos partidos políticos garantem a atenção dos media, seguidos das organizações políticas e de grandes uniões.”* (Jong, 2005: 112). Mas como refere Deacon (1999), os grupos de pressão têm de trabalhar muito para convencer os jornalistas sobre a legitimidade das suas causas e convencê-los que não são somente minorias.

Jong (2005) refere que os grupos de pressão não precisam apenas de estratégias sofisticadas nos meios para superar a sua fraca estrutura no processo noticioso, mas também para tomar vantagem no que respeita a uma das características fundamentais da atual produção de notícias. Ou seja, estes grupos optam muitas vezes por eventos atractivos para ganhar o acesso aos media. A autora dá, por isso, o exemplo de um acontecimento “criado” pela organização ambientalista “Greenpeace”, referindo-a mesmo como um “comunicador de media experiente”.

Se, por um lado, o desenvolvimento de acontecimentos pode ser determinante no acesso aos media, há ainda outras janelas de oportunidade entretanto criadas. Natalie Fenton (2009: 161) aponta precisamente que *“o tempo em que umas chamadas telefónicas e alguns press releases e mesmo algumas conferências bastavam, acabaram”* referindo-se ao aparecimento de novos canais e novas formas de comunicação. Mas também acrescenta que, além do papel essencial da boa relação entre a fonte e o jornalista, há cada vez mais métodos alternativos para chegar às notícias. Fenton admite que as ONGs mais

pequenas e com menos recursos parecem estar em clara desvantagem no acesso aos media, mas todas sabem que apenas “vão ter as suas vozes ouvidas se inscreverem critérios jornalísticos com experiência e profissionalismo.” (Fenton 2009: 161) É importante refletir sobre a possibilidade de um novo papel para estas organizações.

Com os cortes recentes nas redações, e nos correspondentes estrangeiros, as ONGs podem ter aí um excelente janela de oportunidade, nomeadamente as ONGs internacionais, já que podem fornecer notícias internacionais às empresas jornalísticas, pois estas não estão em posição de o fazer. (Fenton, 2010: 160). E o mesmo acontece em países onde as ONGs estão presentes e o acesso está vedado aos jornalistas.

Contudo, quando se refere a uma questão tão específica como a publicidade, não se deve ignorar que a visibilidade nos media ultrapassa muito essa fronteira. Aliás, um excelente paradigma desta mesma visibilidade é a organização ambiental Greenpeace. Trata-se de uma das ONG ambientais mais carismáticas, pelo tipo de ações levadas a cabo, já que têm uma estratégia de impacto e muitas vezes de choque. “A maior parte das mensagens da Greenpeace baseam-se num mesmo modelo, um visual forte, um texto militante, e argumentos científicos. Com efeito, nestas comunicações, cujo destino é o grande público, a Greenpeace procura sempre tornar os problemas elementos visíveis de forma que provoca algum choque emotivo”. (Dacheux, 1997: 194)

Mas Sharma (2010: 81) dá outro exemplo. Referindo-se às estratégias mediáticas utilizadas pelas ONG sugere alguns exemplos de parecerias com sucesso: “Algumas ONGs tal com os ‘Médicos sem Fronteiras’, na Bélgica ou a ‘Ação contra a Fome’ em França, têm desenvolvido uma relação forte e sustentada com os media nacionais e internacionais, que agora se referem a eles para obter informações ou para confirmar dados obtidos a partir de outras fontes.”

A VISIBILIDADE DAS ONGS NA IMPRENSA ESCRITA – O CASO PORTUGUÊS

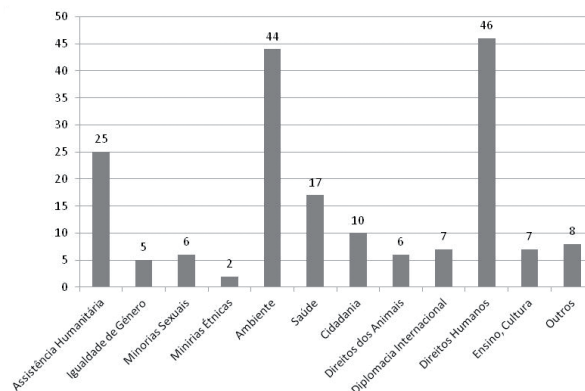
Neste artigo pretende-se observar a relação entre as ONG e os jornalistas, tendo como referência o caso de Portugal. Tendo em conta o papel das fontes de informação na produção noticiosa, optámos pela análise de um título da imprensa diária portuguesa de âmbito nacional e generalista. Uma escolha foi feita com base nas características do meio de comu-

nicação e no tipo de pesquisa que aqui se propõe. Consideramos o jornal *Público* um dos títulos mais indicado para um estudo do género. É um diário representativo das mais importantes tendências da imprensa diária generalista portuguesa de qualidade.

Foram analisados um total de 84 números entre 2009 e 2011, em quatro diferentes meses do ano: março, junho, setembro, e dezembro.. Do período em análise não fazem parte datas comemorativas, aniversários, ou outros acontecimentos que à partida possam influenciar de modo relevante a amostra recolhida e comprometer os resultados. No total, foram recolhidas 183 peças jornalísticas cuja fonte primária ou secundária é uma Organização não Governamental. No corpus recolhido propomos-nos analisar questões como temas abordados quando a fonte é uma ONG, área de atuação e caracterização dessa instituição, relevância da ONG nas peças publicadas, género das notícias em que aparecem, caracterização dos porta-vozes das instituições que aparecem nas notícias e tipo de comunicação desenvolvida.

De facto, a tendência que se observa através da amostra recolhida é de que as ONGs são contactadas como fontes de informação em temas nos quais são reconhecidas como “especialistas”. As ONGs dedicadas aos direitos humanos estão, aliás, entre as que mais vezes são procuradas pelos jornalistas, como se pode verificar no Gráfico I.

Gráfico I : Caracterização/área de actuação das ONGs



As ONGs de direitos humanos aparecem em 46 notícias como fontes. Distinguimos as ONGs relacionadas com os direitos humanos e as instituições de assistência humanitária, visto terem objetivos muito diferentes, tanto no tipo de contacto, como nas situações em que são fonte de notícias.

Na maior parte dos casos, as ONGs de direitos humanos são contactadas na sequência de iniciati-

vas, alertas ou denúncias destas. As ONGs que dedicam o seu trabalho à assistência humanitária surgem como fontes em 25 peças. As organizações do ambiente são também frequentemente contactadas pelos jornalistas. No total, as instituições relacionadas com questões ambientais são fonte de informação em 44 peças.

A Quercus (Organização não Governamental ambientalista) destaca-se na sua relação com a imprensa, muito pela proximidade que os seus responsáveis têm motivado e cultivado com os jornalistas. Há uma grande proximidade entre os responsáveis desta instituição e os profissionais de comunicação, e em questões relacionadas com o meio ambiente, esta instituição é habitualmente apontada como fonte primordial. Nesta amostra onde identificámos 140 organizações não governamentais diferentes, entre as nacionais e as internacionais, a Quercus é fonte em dez peças. Um número representativo, já que é a ONG portuguesa que mais se destaca na nossa amostra.

Mas o tema do ambiente motiva a produção de notícias e o contacto com fontes não governamentais. Há um total de 52 peças relacionadas com o ambiente em que o jornalista procura informações junto de instituições não governamentais – 44 de ambiente num tom geral, e 8 que se focam na especificidade das catástrofes ambientais.

O tema da violação de direitos humanos é outro para o qual os jornalistas parecem estar sensibilizados, ou pelo menos fomenta mais o contacto dos jornalistas com as instituições. Em 27 notícias focadas sobre este tema, as ONGs são contactadas como fontes de informação, e em 20 casos de notícias sobre pobreza e exclusão social estas instituições cedem informações aos jornalistas. As questões relacionadas com o tema da saúde são também notícia através das informações que provém das organizações não governamentais, em 17 casos são estas que acrescentam informação no contexto das peças realizadas.

Apesar de serem fontes de informação, nem sempre as ONG surgem no contexto dos trabalhos jornalísticos em primeiro plano no ângulo de abordagem da peça. Muitas das vezes, os jornalistas apenas recorrem a estas fontes, para comporem a informação avançada por outras instituições, no sentido de completar ou mesmo apresentar uma perspectiva contrária à que é apresentada. Assim, estas instituições não são sempre apresentadas em primeiro plano, mas também em segundo ou mesmo, em alguns casos, surgem numa escassa referência sem grande peso no contexto da informação que é publicada.

Quadro I :Relevância da ONG na peça

Tema Geral da peça	ONG em primeiro plano	ONG em segundo plano	Escassa Referência	Total
Pobreza/Exclusão Social	15	4	1	20
Violação de Direitos Humanos	12	12	3	27
Igualdade	7	3	2	12
Crimes de Guerra	0	3	1	4
Justiça	2	4	1	7
Ambiente	24	14	6	44
Catástrofes ambientais	6	2	0	8
Catástrofes humanitárias	1	2	1	4
Saúde	8	6	3	17
Questões Cívicas	1	4	1	6
Cultura	1	2	0	3
Direitos dos Animais	2	2	1	5
Política Nacional	4	6	0	10
Política Internacional	2	6	4	12
Outros	1	1	1	3
Não se aplica	1	0	0	1
Total	87	71	25	183

Como podemos verificar no quadro (Quadro I), há de facto a tendência para as ONGs surgirem em primeiro plano, no contexto das peças sobre ambiente. Em 24 dos 44 casos isso acontece. Nas peças sobre pobreza e exclusão social são fontes primárias em 14 peças, e nas notícias sobre violações de direitos humanos as ONG surgem em 12 casos como fontes prioritárias, e em outros 12 casos surgem como fontes secundárias, o que tem muito a ver com o que dizíamos anteriormente, e foi reiterado pela então diretora de comunicação sobre o caso específico da Amnistia Internacional (AI), de que eram muitas vezes contactados para comentar um determinado assunto. Neste contexto a AI surge como fonte de informação em cinco casos. Na nossa amostra isto verifica-se também com outras instituições com características semelhantes à Amnistia. A Human Rights Watch, uma organização não governa-

mental internacional, surge como fonte em quatro peças, em que é contactada para comentar assuntos de política internacional.

É curioso verificar que as ONGs surgem de modo mais frequente como fonte em notícias de contexto nacional. No caso de peças nacionais relacionadas com o fenómeno da assistência humanitária estas instituições são fontes em 16 das 25 peças. As restantes são de âmbito internacional. No caso do tema do ambiente, as ONGs são contactadas em 23 peças de âmbito nacional e 18 peças sobre temas internacionais. Já quando falamos em peças relativas ao tema dos direitos humanos, verifica-se o oposto. No contexto das 46 peças que encontramos sobre o tema, 35 são sobre questões internacionais e em apenas oito casos nacionais há contacto com organizações não governamentais. Assim, estas instituições são contactadas em 96 trabalhos sobre temas nacionais, e em 79 notícias de cariz internacional.

Mas há também diferenças no modo como as instituições comunicam. Nem sempre há um contacto direto com os responsáveis das organizações. Estabelecemos como categoria de análise das peças o tipo de discurso presente. Nesta categoria pretendemos identificar de que forma é que a ONG é referida. Em 107 casos observámos um contacto direto do jornalista com a fonte. Na maior parte dos casos – 29 – ela é contactada para a exposição de factos relacionados com a peça em análise. Em 27 casos há um contacto direto para a exposição de uma determinada iniciativa da instituição. Mas os porta-vozes das entidades também aparecem em discurso direto nas notícias, nos casos de peças em que são feitas denúncias (17) ou na manifestação de um ponto de vista contraditório ao que aparece em primeiro plano na notícia, como acontece em 18 dos trabalhos analisados.

Mas o discurso indireto, muitas vezes transcrito pelos jornalistas através de relatórios ou comunicados emitidos pelas organizações, também está muito presente nos trabalhos que têm as ONGs como fontes. As denúncias são as que mais motivam a transposição de um discurso indireto, já que isto sucede em 20 casos. Em 11 peças em que há a exposição de iniciativas, o jornalista recorre também ao discurso indireto. Nesse contexto, interessa salientar que as ONGs são fonte, de modo direto ou indireto, principalmente em acontecimentos em que estas aparecem expondo factos – 41 casos – e publicitando iniciativas – 40 casos – mas também na apresentação de denúncias (38) e de informações que mostram outro ângulo do tema, já que em 27 casos as ONGs veiculam uma voz contraditória à que serve de ponto de partida para a notícia.

Parece-nos, por isso, importante perceber também quem fala nessas notícias. Quem é o porta-voz das informações veiculadas nas notícias. Nem sempre há uma personalização da informação, ou seja, em muitos casos não há identificação de quem é o porta-voz, sendo muitas vezes abordada a ONG enquanto instituição, num tom coletivo, como acontece em 53 casos. Mas os assessores também assumem este papel, já que em 54 notícias são estes que falam com o jornalista. Os diretores ou presidentes das instituições são outras das personalidades que mais prestam declarações à imprensa, o que acontece em 43 dos 183 casos identificados, mas outras vezes, habitualmente elementos que têm cargos de responsabilidade nas ONG, estão também presentes em 10 casos em análise.

Quadro II : Origem do contacto realizado na peça

	Peças
Campanha/Iniciativa	15
Dias comemorativos	4
Comunicado ou Press	6
Relatórios	18
Doações	3
Inaugurações	1
Manifestações/protestos/marchas	12
Iniciativas Legislativas	12
Reuniões/conferências	15
Denúncias	20
Entrevistas	15
Estudos/projetos	16
Petições	4
Informação complementar à peça	26
Ação no terreno	6
Não identificado	10
Total	183

Através do quadro II podemos compreender que uma significativa parte dos contactos feitos pelos jornalistas pretendem o aprofundamento de um determinado assunto. Em 26 casos, os jornalistas procuram a ONG para solicitar o acréscimo de alguma informação. Em 20 peças, o contacto é feito para veicular denúncias realizadas pelas instituições, e, em 18 casos, a ONG é referida tendo como ponto de partida um relatório. Nestes casos há um trabalho de investigação por parte da instituição, sobre um determinado tema.

Neste contexto é interessante salientar, a título de exemplo, um dos relatórios com mais impacto mediático, já que os seus resultados são habitualmente replicados pelos media: o relatório sobre a pena de morte, realizado pela AI. Mas outras ONGs seguem este meio para chegar aos media, contribuindo para a construção de conhecimento sobre uma determinada temática. Estes relatórios podem ser muito úteis e são um recurso, em casos relacionados com direitos humanos, já que promovem um conhecimento mais aprofundado dos números verificados no terreno, mas também em questões ambientais. Os estudos ou projectos também são relevantes na construção de conhecimento e serve de ponto de partida para um contacto com a ONG em 16 casos.

As reuniões ou conferências e as campanhas desenvolvidas pelas organizações servem de mote para o contacto em 15 peças. As manifestações e protestos também motivam o contacto dos jornalistas com as ONG. Em 12 casos, o jornalista procurou a instituição partindo destes eventos.

É curioso que os comunicados ou *press-releases* têm aqui pouca expressão. Apenas seis casos destes foram ponto de partida, claro ou descrito, na peça. Mas podem ter sido base para a realização de entrevistas. Esta categoria pretende identificar quando é o jornalista que procura a ONG, e não o inverso, ou pelo menos a peça é desenvolvida sem que seja claro que tenha sido esta a procurar o meio de comunicação.

De facto, como já referimos, as Organizações não Governamentais aparecem em primeiro plano na peça em 87 casos, contudo, nem sempre são estas o centro ou o ponto de partida do trabalho jornalístico. Das 183 peças, identificámos 42 em que a ONG é o motivo do desenvolvimento da notícia, visto que surge no título da peça. Aliás, são as peças de atualidade que mais motivam o contacto com a voz não governamental, já que estas surgem em 52 notícias relativamente desenvolvidas, com um tamanho entre três a seis parágrafos, e em 50 notícias mais desenvolvidas, com mais de sete parágrafos. Neste contexto, há 38 breves e 42 reportagens onde se recorre às informações recolhidas através das instituições não governamentais.

Já o relevo dado às notícias que contam com as ONGs como fontes de informação pode dar pistas sobre o impacto dos temas, pelo menos no contexto da atualidade informativa geral. Em apenas seis casos, o assunto, no âmbito do qual a ONG é contactada, é tema de manchete. Dez das notícias têm uma chamada de primeira página com algum destaque, e em seis peças há apenas uma chamada à primeira

apenas com o tema, sem qualquer desenvolvimento. As restantes 160 não têm qualquer chamada na primeira página do jornal.

CONCLUSÕES

Este estudo aponta alguns caminhos na construção de uma caracterização das fontes não governamentais na atualidade. Sabendo que as ONGs não são as fontes preferenciais na imprensa, é importante compreender também que espaço ocupam no contexto da agenda informativa. Este estudo ajudanos neste caminho visto que, a partir da amostra em análise, conseguimos compreender o tipo contacto e relação entre os jornalistas e as ONGs.

As ONGs não alimentam a atualidade informativa de modo regular. Ao contrário de outras entidades e instituições reconhecidas como fontes oficiais, frequentemente contactadas, no âmbito de temas trazidos para as primeiras páginas de jornais, as ONG são habitualmente uma voz que aparece mas apenas em momentos e temas muito específicos, como temas relacionados com questões de direitos humanos, e ambiente. E, na maior parte dos casos, essas vozes não governamentais surgem no contexto de temas cujo ponto de partida não é a ONG específica, como centro da peça desenvolvida pelo jornalista. Os temas de manchete, ou seja, considerados mais relevantes no contexto da atualidade, na amostra em análise, apenas recorre às vozes não governamentais em seis casos, o que parece tornar claro a relevância dada a estas instituições no contexto da agenda do dia.

O ponto de partida para as peças, e modo como os jornalistas entram em contacto com as ONG expõe a fragilidade de modelos de comunicação como comunicados ou *press-releases*. A entrevista e o contacto direto para obtenção de informações complementares à peça parecem ir de encontro ao que se referia anteriormente. A facilidade de contacto com a instituição não governamental pode realmente ditar a sua maior ou menor presença nos media. Mas a produção de material de interesse público é sem dúvidas relevante neste contexto. O facto de a ONG produzir material próprio, com factos de interesse geral, e que vão de encontro aos padrões e critérios exigidos pelos jornalistas, dita regularmente uma maior amplificação da voz não governamental nas notícias, bem como do próprio estatuto alcançado pela instituição junto da classe jornalística.

BIBLIOGRAFIA

- Andrade, A. M. & Franco, R. C., 2007, *Economia do Conhecimento e Organizações sem fins lucrativos*, Porto, SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação. Obinternal-pdf://Manual_Organizações sem fins lucrativos- 1883438593 / Manual_Organizações sem fins lucrativos.pdf.lucraticos-1883438593/Manual_Organizações sem fins lucrativos.pdf
- Bonixe, J. L. R., 2009, *A Informação Radiofónica : rotinas e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Ciências da Comunicação. Obtido de Tese_bonixe_A informação radiofónica portuguesa-12219610631/Tese_bonixe_A informação radiofónica portuguesa-1.pdf
- Dacheux, É., 1997, « Greenpeace : entre médias, espace public et marché, quelle logique communicationnelle ? », *Hermès*, n° 21. Obtido de http://Ong e media_HERMES_1997_21_191-3485646336/Ong e media_HERMES_1997_21_191.pdf.
- Deacon, D., 1999, “Charitable Images – The construction of voluntary sector news”, in Franklin, B. (Ed.), *Social Policy, the media and misrepresentation*, London, Routledge.
- De Jong, W., Shaw, M., Stammers, N., 2005, *Global Activism, Global Media*, London, Pluto Press.
- Doucin, M., 2005, « Les organisations non gouvernementales “acteurs – agis” des relations internationales ? », Bordeaux, Institut d’Études Politiques de Bordeaux. Obtido de http://tese_ong_actores da cooperacao internacional-0659243010/tese_ong_actores da cooperacao internacional.pdf
- Fenton, Dr. N., 2009, *New Media, Old News : Journalism and Democracy in the Digital Age*, Sage Publications.
- Hamburguer, E., 2003, “A mídia e a produção de significados”, *Revista Brasileira de Estudos de População*, vol. 20, pp. 116-121.
- Le Goff, A., 2005, *Os arquivos das ONG : uma memória a partilhar : guia prático em 60 perguntas*, Paris, ICA – International Council on Archives de France. Obtido de http://guia_60 perguntas_ong-0801364992/guia_60 perguntas_ong.pdf.
- Manning, P., 2000, *News and News Sources : A Critical Introduction*, London, Sage.
- Matos, R. P. P. de, 2001, *As ONG(D) e a crise do Estado Soberano*, Lisboa, Universidade Lusitana, Coleção Teses.
- Parsons, T., 1991, *The Social System*, Routledge.
- Santos, R., 2003, *Jornalistas e Fontes de Informação*, Coimbra, Minerva.
- Serrano, E., 2006, *Jornalismo político em Portugal : a cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*, Edições Colibri.
- Schlesinger, P., 1992, *Politics, Media, Identity*, Taylor & Francis.
- Sigal, L. V., 1973, *Reporters and officials : the organization and politics of newsmaking*, D. C. Heath.
- Sharma, S. K., 2010, “Reviewing NGOs’ media strategies: Possibilities for NGO-media collaboration”, *International NGO Journal*, vol. 5, n° 4, pp. 84-87, May 2010.
- Ribeiro, V., 2008, “Fontes sofisticadas de informação – Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005”. Obtido de <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/>
- Thompson, M., Price, M. E., 2002, *Forging Peace – Intervention, Human Rights and the Management of Media Space*, Indiana, Indiana University Press.
- Tuchman, G., 1991, “Qualitative methods in the study of news”, in Jensen, K. B., Jankowski, N. (Eds.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, London, Routledge.

Pt. As Organizações não governamentais (ONG) cooperaram com algumas carências da sociedade civil, mas também contribuem para o estímulo e motivação do debate público sobre questões cívicas relevantes. Os meios de comunicação surgem como a principal arena onde as ONG podem intervir. A partir de uma análise de imprensa tentamos compreender as principais estratégias utilizadas pelas ONG para chegar aos jornalistas. Com este estudo pretendemos contribuir para a reflexão sobre as dinâmicas das ONG, mas também sobre o modo como os jornalistas lidam com as ONG. A nossa pesquisa tem como base uma análise quantitativa a partir de 183 notícias publicadas no decorrer de três anos (entre 2009 e 2011) num jornal diário português – Público. Verificamos que as ONG tentam ser incluídas na agenda de notícias, mas em notícias humanitárias e ambientais são os jornalistas que procuram estas fontes. Apesar disto, as ONG raramente são fonte de informação nas notícias de manchete do jornal.

Palavras-chave: organizações não Governamentais; jornalismo, imprensa, fontes de informação

En. Non-Governmental Organizations (NGOs) are thought to thrive in helping society cover omissions, but it is also expected from them that they improve and stimulate public debate on important civic issues. The mass media appear as the main “arena” in which NGOs may intervene. We conducted a media analysis in order to reveal NGOs strategies in fostering ties with journalists. We seek to better understand how journalists and NGOs build their relationship. This research is based on a quantitative analysis of 183 news items published between 2009 and 2011 in the Portuguese daily newspaper Público. NGOs thrive to figure in the news agenda, but there are cases in which they themselves are sought out by journalists, especially during humanitarian crises and relating to environmental issues. Nevertheless, NGOs rarely figure as a source for headline news.

Keywords: non-governmental organizations; journalism, press, news sources

Fr. Les Organisations non gouvernementales (ONG) contribuent à combler certaines lacunes de la société civile, mais aussi à stimuler et à animer le débat public sur de grandes questions civiques. Les médias constituent la principale tribune où les ONG peuvent intervenir. À partir d’une analyse de presse, nous proposons de comprendre les principales stratégies utilisées par les ONG pour atteindre les journalistes. Avec cette étude, nous prétendons contribuer à la réflexion sur la dynamique des ONG, mais aussi comprendre comment les journalistes agissent avec les ONG. Notre recherche a pour base une analyse quantitative de 183 articles publiés durant une période de trois ans (entre 2009 et 2011) dans un journal portugais (Público). Nous constatons que les ONG essayent de s’introduire dans l’agenda du média, et les journalistes recherchent ces sources d’information sur l’humanitaire et l’environnement. Néanmoins, les ONG apparaissent rarement comme les sources de l’information dans les manchettes du journal.

Mots-clés : organisations non gouvernementales, journalisme, presse, sources d’information

